

# الإعلام وثقافة الصورة

تأليف  
صلاح عبدالحميد



مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع





الناشر

مؤسسة طبية للنشر والتوزيع

7 شارع علام حسين - ميدان الظاهر - القاهرة

ت - 0227867198/ 0227876470

فاكس / 0227876471

محمول / 01112155522 - 01006242622-01091848808

الطبعة الاولى 2013

فهرسة أثناء النشر من دار الكتب والوثائق القومية المصرية

عبد الحميد ، صلاح .

الإعلام وثقافة الصورة / تأليف صلاح عبد الحميد . - ط 1 . - القاهرة : مؤسسة طبية للنشر والتوزيع ،

2013

313 ص : 24 سم .

1 - الإعلام

أ-العنوان

161.301

رقم الإيداع : 2013/1579

## الإعلام وثقافة الصورة

[www.facebook.com/Econlibrary](http://www.facebook.com/Econlibrary)



Economics Library مكتبة الاقتصاد

تأليف

صلاح عبد الحميد

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

( فَتَعَلَى اللَّهِ الْمَلِكُ الْحَقُّ وَلَا تَعْجَلْ بِالْقُرْآنِ مِنْ قَبْلِ أَنْ  
يُقْضَىٰ إِلَيْكَ وَحْيُهُ وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا )

صدق الله العظيم

مله 114

## مقدمة

أن اختيار هذا الموضوع هو بمثابة التحدي لما يمثله من أهمية كبيرة  
فالثقافة تعبير عن عملية اجتماعية تتعلق أصلاً بالاتصال والتفاعل بين أفراد  
المجتمع لخلق وحدة تضامنية على أسس تشكلت وتعمقت عبر قرون، ووسائل  
الإعلام اليوم وبالذات القنوات الفضائية تستطيع عن طريق ما تقدمه من فنون  
ومواد ثقافية أن تثير في نفوس المتلقين الشعور بالوجود والتوحد وتقوي الروح  
الجماعية والمشاعر الوطنية والانتماء أن الثقافة هي حسيطة التفاعل بين الناس  
التفاعل الواعي والإيجابي، وهي تراكمية تتجسد عبر الخبرة والممارسة، تطوّر  
الإنسان وتقويه وتقوّمه وترتقي به نحو الكمال الإنساني وتخلصه من رواسب  
وسلبات الزمن، تصقله وتجعله أكثر إنسانية، تبعده عن مزالق التخلف وتجعله  
إيجابياً في الحياة

(( الثقافة نور يضيء أمام الإنسان سبل الحياة، ويجعله يرى على مصباح  
العقل ويوعي أقرب إلى التمام، ما له وما عليه من حقوق وواجبات ولأن الثقافة  
نور فإن الرؤية تصح في مناخها وتديق، ويثبت الوعي حق الآخر ووجوده في مقابل  
الأنات والتزاماتها، كذلك يضاء في صبحه درب التعامل مع السلطة والتعرف  
على حدود مالها وعليها، وما تمثله وما ينبغي أن تمثل له من واجبات، بوصفها  
ممثلة للجماعة وخادمة لها

ولما كانت الثقافة دعوة متجددة للمعرفة، والمعرفة تقيم أسس الوعي  
وبالوعي يتجدد أفق الحرية، فالثقافة على هذا فعل تثوير بالتثوير متعلق  
بالحرية ومبني عليها وهكذا تغدو الحرية شرطاً من شروط الفعل الثقافي  
وفاعلية الثقافة، وتكاد تكون روح مناخ التواصل الخلاق الذي لا بد من توافره  
ليقوم تفاعل بناء بين أطراف الفعل الثقافي، وتكتمل دائرة المناقشة ودورها في



سوياتها المختلفة، بدءاً بالضرر وانتهاء بالشعب مروراً بالبيئة التي يرد إليها فضلاً  
كبيراً في المعطى الثقافي<sup>(1)</sup>

أن هذا الحديث عن أهمية ودور الثقافة يكفي للاعتراف أن أحد أسباب  
مشاكلنا الكبرى ومعاناتنا تكمن في تخلف مجتمعاتنا وقلة الوعي والثقافة  
فيها، وليس هنالك من طريق للتغلب على كل ذلك إلا بالتنمية والتوعية  
الثقافية ولذلك حديث طويل يحتاج إلى الدراسات الكبيرة فلأسف وبدلاً من أن  
يخصص دعم مالي كبير للقضايا الثقافية ولمواجهة المعضلات في هذا المجال  
نجد أنه دائماً يأتي في آخر اهتمامات المسؤولين في البلدان العربية، ونلمس  
التضييق والترشيد والمراقبة على الفعل والنتاج الثقافي، ولا نجد خططاً وبرامجاً  
استراتيجية ولا مموحات ولا مشاريع واقعية ملموسة تدرك أهمية الموضوع  
ناهيك عن عدم توفر شروط الحرية اللازمة للإبداع، أن الزاد الثقافي هو مكمل  
للزاد الغذائي وليس شيئاً كمالياً وهذا ما لا يدركه الجميع

أن الثقافة هي من عناصر البناء الفوقي للدولة، وعليها أن تخدم البناء  
التحتي، أي تطوير الناس من خلال استيعاب أفضل ما قدمته الإنسانية من قيم  
جمالية ومضامين فكرية خلقة، لتعززها وتنشرها بين الناس ليتوحدوا ويسمووا  
ويطوروا قدراتهم، وتجعل حياتهم أكثر بهجة وغنى من خلال تطويرها وإيقاظها  
الإحساس بالجمال والعواطف الفنية لديهم مما يطور قدراتهم وأذواقهم الفنية  
يتعاضد يوماً بعد آخر تأثير القنوات الفضائية في حياتنا، وقد أصبح  
البعض منا مدمناً على متابعة ما يبث من خلالها، بل تحولت شيئاً فشيئاً إلى أن  
تكون المصدر الأول لثقافتنا وإطلاعنا على أحداث العالم، مما يستوجب التوقف

<sup>(1)</sup> علي عرسان، مشكلات في الثقافة العربية، منشورات اتحاد الكتاب العرب، 1989م، ط1، مطبعة  
اتحاد الكتاب العرب، دمشق، ص 207.



عندها الانتباه لها ومتابعتها ودراستها باستمرار من قبل المختصين في الشأن الإعلامي

أن دراستنا هذه تحاول أن تتعرف على أبعاد التحول الذي يعيشه المجتمع العربي، كأي مجتمع معاصر، من الإنتاج الثقافي (السمعيصري) أو ما يمكن تسميته بثقافة (الصورة) ، وهل استطاعت القنوات الفضائية العربية أداء الدور المطلوب في تنمية وتطوير برامجها وموادها الثقافية، وما مدى تأثيرها في تكوين الوعي الثقافي لدى المشاهد العربي. ٩ هذه الأسئلة البسيطة بطرحها، والعميقة بأبعادها والتي تتفرع منها أسئلة كثيرة تدور في أذهان العديد ممن يتابعون الشأن الإعلامي والشأن الثقافي، هي التي تحاول الدراسة الإجابة عنها

أن هذه الدراسة تحاول أن تكشف طبيعة الوظيفة الثقافية لـ القنوات الفضائية العربية، من خلال دراسة ميدانية ورصد ما تقدمه القنوات الفضائية العربية من برامج ثقافية وتحليل مضمون عينات من هذه البرامج

## **الفصل الأول**

### **الإعلام المعاصر بين النظرية والتطبيق**

## بين الأمية ووسائل الإعلام

إن الدراسات التي أجريت على الأطفال الذين نشأوا في عصر التلفزيون أي الأطفال من كل الطبقات الاجتماعية الذين اعتادوا الحصول على معلوماتهم أساساً بواسطة التلفزيون، تبين أن الجيل الجديد لا يركز على الصورة كلها، كما يفعل الفرد المتعلم الناضج حينما يشاهد فيلم رعاة البقر مثلاً بل يمرون بأعينهم بسرعة على الشاشة، ويركزون على جراب المسدس رؤوس الجياد، القبعات، وكل التفاصيل الصغيرة الأخرى، وحتى في أشد معارك المسدسات يراقب الأطفال التلفزيون بالطريقة التي يراقب بها غير المتعلم السينما.

ويعتبر الجيل الذي نشأ في عصر التلفزيون من رجال القبائل الجدد، فعندهم توازن حسّي قبلي، وعندهم العادة القبلية للاستجابة العاطفية على الكلمة المنطوقة.

فهم (ساخنون) يريدون المساهمة، كما يريدون أن يلمسوا وأن يشتركوا أكثر، ومن ناحية أخرى يمكن للديماغوجية أن تؤثر عليهم بسهولة أكبر الفرد الذي يستخدم أساساً حاسة الأبصار أو الذي يعتمد أساساً على المطبوع، هو إنسان فردي فهو (أبرد) ولديه ضمانات مبنية داخله، عنده شعور دائم بأنه بالرغم مما قد يقوله أي شخص، يستطيع أن يتأكد من الموضوع، فهو يحصل على المعلومات الضرورية بطريقة ما ويصنفها في فئات، ويستطيع أن يرجع إليها ويتيقن منها وحتى إذا كان ما يعرض عليه شيء لا يستطيع أن يتيقن منه مثل شائعة تقول أن (الصين ستلقي بقنابل ذرية على أمريكا) — إلا أن ذهنه قد اعتاد الإحساس بأن في مقدوره التأكد والتيقن مما يسمعه الفرد الذي يستخدم حاسة السمع أساساً فكيفه ليس فردياً بهذا الشكل، ولكنه جزء من وعي جمعي Collective Consciousness فهو أكثر تصديقاً من



المتعلم الذي يعتمد على حاسة الإبصار أساساً، أي إنسان الطباعة والقراءة وقد يبدو هذا وكأنه خاصية سلبية، ولكن بالنسبة للفرد الذي يعتمد على حاسة السمع، أي الرجل القبلي، أي جيل التليفزيون الجديد، فهو أكثر قدرة على أدراك النمط، وهو الأمر الذي يعتبر أساس العقل الإلكتروني فالطفل يتعلم اللغة كلها بما في ذلك التنغيم والأوزان، علاوة على المعنى أما الرجل المتعلم فإن الطريقة التي يحاول بها أن يحول الأصوات إلى مطبوع في عقله تؤخر تعلمه، فهو يأخذ الكلمات واحدة واحدة، ويضعها في فئات ويترجمها في تسلسل متعب، ويبذل في ذلك مجهوداً مضمناً .

وماكلوهان، مثل هارولد أنيس، يؤمن بأن التاريخ الحديث للمجتمعات الغربية ما هو إلا تاريخ (لاتصال ، متحيز)، واحتكار للمعرفة، يقوم على أساس المطبوع، ويعتبر المفكر أنيس أن الوسائل المطبوعة التي تقدم المضمون في شكل سطري مسئولة عن كثير من الاتجاهات غير المرغوبة التي ظهرت خلال الخمسة قرون السابقة ويقصد ماكلوهان، حينما يصف الاتصال الذي وجد في الخمسة قرون السابقة بالتحيز، أنه اتصال سيطر عليه المطبوع، وتحكم فيه يقول هارولد أنيس أن نمو وسائل الإعلام المطبوعة منذ القرن الخامس عشر قتل تقليد الاتصال الشفهي وحل محل تنظيم المجتمع على أساس الزمن، وما هو موجود Temporal تنظيم آخر قام على المساحة أو الاتساع Spatial، مما جعل الفرد يركز على أوجه نشاطه الخاصة، وجعل القيم نسبية، وحول محور السلطة من رجل الدين إلى الدولة، وشجع القومية المتطرفة، لاشك أن وجه النظر هذه مهمة وجديرة بالدراسة، ولكن هذه التطورات التي حدثت لا يمكن أن نعزوها فقط إلى تطور تكنولوجية المطبوع، فمما لا شك فيه أن الاختراعات التكنولوجية الأخرى مثل وسائل المواصلات السريعة، ومصادر الطاقة الجديدة، والمعدات الآلية والإلكترونيات، وإحياء التعلم ، ونمو الديمقراطية، ونمو الطبقة المتوسطة

وتقسيم العمل، وإثارة مثاليات اجتماعية جديدة، لاشك أن هذه العوامل كان لها أيضا دور في التأثير

وإذا قلنا أن المطبوع كان له دور في كل تلك التطورات فإن هذه التطورات بدورها أثرت بشكل ما، على المطبوع، ولكن حلول مجتمع جديد محل المجتمع الشفهي أحدث تغييرات أساسية على نظرة الإنسان الكلية للظروف المحيطة به، وحول السلطة من أيدي أولئك الذين يستطيعون أن يتذكروا الماضي، ويحفظون الكتب السماوية، إلى أولئك الذين يعرفون الأماكن البعيدة والأساليب المختلفة لعمل الأشياء، وجعل في الإمكان تكوين جماعات اجتماعية كبيرة (وأحيانا حدوث تصادم بين تلك الجماعات) تحت قيادة مركزية هذه التغييرات التي حدثت حينما بدأ المجتمع يعتمد على وسائل الإعلام يمكن أن نراها اليوم في العديد من الدول النامية .

تلك كانت بعض آراء هارولد أنيس التي قبلها ماسكلوهان، ولكن تناول ماسكلوهان لتلك الأفكار هو تناول سيكولوجي، وهو يعيد إلى الأذهان افتراضات الباحثين ساير وورف، بالرغم من أن ماسكلوهان مهتم بالطريقة التي تؤثر بمقتضاها وسائل الإعلام، وهو غير مهتم بتأثير اللغات، وعلى نظرة الفرد للعالم، وعلى الطرق التي يفكر بمقتضاها، ففكرته الرئيسية تقوم على أن وسائل الإعلام لا تنقل فقط معلومات ولكنها تقول لنا ما هو نوع العالم الموجود، وهذا لا يجعل حواسنا تنار وتتمتع فقط، ولكنها تعدل نسبة استخدامنا للحواس، وتغير في الواقع شخصيتنا ولم يكن ماسكلوهان أول من قال أن (الأشياء التي نكتب عليها كلماتنا لها أهمية أكبر من الكلمات نفسها) ولكن الطريقة التي قدم لنا بمقتضاها هذه الفكرة هي التي تقتبس باستمرار فهو يقول ((الوسيلة هي الرسالة)) لأن طبيعة كل وسيلة إعلامية، وليس مضمونها، هو الأساس في تشكيل المجتمعات .



## الوسيلة هي الرسالة :

يرفض ماسكلوهان رأي نقاد وسائل الإعلام الذين يدعون أن وسائل الإعلام الجديدة ليست في حد ذاتها جيدة أو رديئة، لكن الطريقة التي تستخدم بها هذه الوسائل هي التي ستحد أو تزيد من فائدتها، يقترح ماسكلوهان بدلاً من ذلك أنه علينا أن نذكر في طبيعة وشكل وسائل الإعلام الجديدة، فمضمون التلفزيون الضعيف ليس له علاقة بالتغيرات الحقيقية التي يسببها التلفزيون كذلك قد يتضمن الكتاب مادة تافهة أو مادة كلاسيكية، ولكن ليس لهذا دخل بعملية قراءته فالرسالة الأساسية في التلفزيون هي التلفزيون نفسه، العملية نفسها، كما أن الرسالة الأساسية في الكتاب هي المطبوع فالرأي الذي يقول أن وسائل الإعلام أدوات يستطيع الإنسان أن يستخدمها في الخير أو الشر، رأي تافه عند ماسكلوهان، فالتكنولوجيا الحديثة، مثل التلفزيون أصبحت ظرفاً جديداً محيطاً بمضمونه ظرف أقدم. وهذا الطرف الجديد يعدل جذريا الأسلوب الذي يستخدم به الناس حواسهم الخمس، والطريقة التي يستجيبون بها إلى الأشياء. ولا يهم إذا عرض التلفزيون عشرين ساعة يوميا أفلام (رعاة البقر) التي تنطوي على عنف وقسوة، أو برامج ثقافية راقية، فالمضمون غير مهم. ولكن التأثير العميق للتلفزيون هو الطريقة التي يعدل بمقتضاها الناس الأساليب التي يستخدمون بها حواسهم Sensory Patterns ويعبر عن هذا بقوله المختصر المشهور "الوسيلة هي الرسالة (The Medium is The Message)".

ويعتبر هذا من أهم الإضافات التي قدمها مارشال ماسكلوهان إلى ما قاله هارولد أنيس في كتابه (تحيز الاتصال) فقد حلل ماسكلوهان الطريقة التي يفترض أن المطبوع يؤثر بمقتضاها، وقال أن المطبوع يفرض منطقاً معيناً على تنظيم التجربة البصرية، لأنه يحطم الواقع إلى وحدات منفصلة ومتصلة بشكل

منطقتي وسببي، يتم إدراكه بشكل سطحي على الصفحة بعد تجريبها من طبيعة الحياة الكلية، غير المرتبة، وذات الأبعاد الحسية المتعددة. ويسبب هذا عدم توازن في علاقة بالظروف المحيطة به، لأن المطبوع يؤكد نوع من المعلومات يتم إدراكها بواسطة العين بدلاً من المعلومات التي يحصل عليها الفرد بواسطة الاتصال الشخصي، عن طريق كل الحواس، ولأن الكتابة والقراءة هما من أوجه النشاط الشخصية التي تتناول تجربة مجردة، فهما يفقدان الفرد لقبليته ويأخذانه خارج الثقافة الشفهية الوثيقة العرى، ويضعانه في ظرف خاص أو شخصي، بعيداً عن الواقع الذي يتناوله اتصاله.

وبالمطبع فإن تطور المطبوع يسبب تماثلاً بين أبناء البلد الواحد، ويقرب البعيد، وبهذا تحل المدينة محل القرية، وتحل دولة الأمة محل دولة المدينة ويعني ماكلوهان أيضاً بفكرة (الوسيلة هي الرسالة) بالإضافة إلى هذا أن مضمون أي وسيلة هو دائماً وسيلة أخرى، فالضوء الكهربائي مثلاً هو معلومات صرفه، فهو وسيلة بلا رسالة، إلا إذا استخدم لتقديم إعلان أو رسم، ولكن إذا نظرنا إلى الكتابة نجد أن مضمونها هو الكلام، والكلمة المكتوبة هي مضمون المطبوع، والمطبوع هو مضمون التلغراف، ومضمون الكلام هو عملية التفكير التي تعتبر غير لفظية فمضمون الظروف الجديدة هو الظروف الأقدم.

ونحن نحاول دائماً أن نفرض الشكل القديم على المضمون الجديد وحينما كان الإنتاج الآلي جديداً خلق - بالتدريج ظروفاً محيطة جديدة كان مضمونها الظروف القديمة للحياة الزراعية والفن والحرف.

فالظرف الآلي الجديد الذي يحيط بالأفراد حول المطبعة إلى شكل فني، وللمرة الأولى بدأ الإنسان يعتبر المطبعة مصدراً لقيم جميلة وروحية، وبدأ الناس في الإعجاب بالعصور السابقة، بينما لم يكن الأفراد الذين عاشوا في العصور التي سبقت عصر الإنتاج الآلي على وعي بعالم المطبعة كفن، وكل تكنولوجيا جديدة



تخلق ظروفًا جديدةً محيطةً تعتبر هي نفسها فاسدةً تحط بالشأن ولكن الجديد يحول ما سبقه دائماً إلى شكل فني .

فحينما كانت الكتابة جديدة، حول أفلاطون الحوار الشفهي القديم إلى شكل فني، وحينما كانت الطباعة جديدة أصبحت العصور الوسطى شكلاً فنياً وحول عصر الصناعة عصر النهضة إلى شكل فني .

ونظراً لأن التكنولوجيا الحديثة المتغلغلة قد خلقت سلسلة كاملة من الظروف الجديدة، أصبح الإنسان واعياً ومدرِكاً للفتن على أنها ( ضد الظروف المحيطة ) ( Anti-Environments ) والأسلوب الذي تدرب به الإنسان قديماً على الملاحظة لم تعد له صلة بالعصر الذي نعيش فيه، لأنه يقوم على الاستجابات السيكلوجية والمفاهيم التي تأثرت بالتكنولوجيا القديمة تكنولوجياً الميكنة وقد يفسر هذا (عصر القلق) الذي نعيش فيه ، فنحن نشعر بالقلق لأننا نحاول أن نقوم بعمل اليوم بأدوات الأمس، وبمفاهيم الأمس .

وقد أصبح الشاب اليوم يدرك بالفضرة الظروف الحالية المحيطة أي

الدراما الكهربائية، فهو يعيش بعمق، وربما كان هذا هو السبب في الضجة

الكبيرة الموجودة بين الأجيال، فالحروب والثورات والتمرد المدني هي من ظواهر الظروف الجديدة المحيطة التي خلقتها وسائل الإعلام الكهربائية، فقد أصبح زمننا هو زمن عبور الحواجز لإزالة الفئات القديمة، وللبحث عما حولنا، وتعمل الثقافة الغربية الرسمية على جعل وسائل الإعلام الجديدة تقوم بمهام الوسائل القديمة، لذلك نشهد حالياً أوقاناً صعبة نتيجة للتصادم بين تكنولوجيتين عظيمتين، فنحن نقترّب من الجديد بالاستعداد السيكلوجي للقديم وباستجاباتنا الحسية الملائمة للقديم، وهذا الصدام يحدث بالطبع في المرحلة الانتقالية، فالظن في أواخر العصور الوسطى عبّر عن الخوف من تكنولوجيا المطبوع بفكرة رقصة الموت .

واليوم يتم التعبير عن مخاوف مماثلة في مسرح العبت، والإنسان لم يكن يدرك أبدا القواعد الأساسية لتنظيم ظروفه المحيطة أو ثقافات الظروف المحيطة ولكن اليوم نظراً لأن ظروفنا المحيطة أصبحت تتغير بسرعة، أصبحنا قادرين حالياً على رؤية المستقبل، من الظروف المحيطة الحالية، فالفلسفة الوجودية ومسرح العبت هي ظواهر المحيط الجديد الذي يعتمد على الكهرباء، هذه الظواهر تمثل الفشل الشائع الناتج عن محاولتنا أن نقوم بالعمل المطلوب الذي تتطلبه الظروف الجديدة المحيطة بأدوات أو وسائل الظروف القديمة .

والمهم أن أي (رسالة) أو أي (وسيلة) أو أي تكنولوجيا، هي تغيير للمدى أو المساحة أو الشكل الذي تدخله في الشئون البشرية. ثم تدخل السكة الحديد الحركية أو المواصلات أو الطريق، في المجتمع البشري، ولكنها عملت على توسيع نطاق Scale تلك المهام البشرية السابقة، خالقة أنواعاً جديدة من المدن، وأنواعاً جديدة من العمل ووقت الفراغ. حدث ذلك في أي مكان عملت فيه السكة الحديد بشكل مستقل تماماً عن الحمولة أو المضمون الذي تحمله السكة الحديد كوسيلة للمواصلات، والطائرة من ناحية أخرى، بإسراعها بالمواصلات تميل إلى حل شكل السكة الحديد في المدينة والسياسة والارتباط، مستقلة تماماً عن استخدامات الطائرة المختلفة أو ما تحمله .

إذا عدنا مرة أخرى إلى نموذج الضوء الكهربائي نجد أنه سواء استخدام في عمل عملية جراحية في المخ أو في إضاءة مباراة الكرة السلة، فهذا ليس مهماً نستطيع أن نقول أن أوجه النشاط تلك هي بشكل ما مضمون الضوء الكهربائي حيث أنها لا يمكن أن تتواجد بدون ضوء كهربائي هذه الحقيقة تصور وجهة النظر التي تسيطر على مدى الارتباط البشري وشكله وعلى العمل البشري، أما المضمون أو استخدام الوسيلة فهو متنوع ولا يؤثر على تشكيل الارتباط البشري ولكن الملاحظ أن مضمون أي وسيلة يلهينا عن طبيعة الوسيلة نفسها، والضوء



الكهربائي لا يلتفت انتباهنا كوسيلة اتصال لأنه ليس له (مضمون) وهذا يجعله مثالا طيبا لاظهار الطريقة التي يفشل بسببها الناس تماما في دراسة وسائل الاعلام، فإذا لم يستخدم الضوء الكهربائي في عرض اسم سلعة فلن يلاحظه أحد كوسيلة، وفي هذه الحالة، فإن الضوء وليس (المضمون) الذي هو في الواقع وسيلة أخرى، وهو الذي لم تتم ملاحظته .

رسالة الضوء الكهربائي مثل رسالة الطاقة الكهربائية في الصناعة جذرية وشاملة وغير مركزية ونظراً لأن الضوء الكهربائي والطاقة منفصلان عن استخداماتهما إلا أنهما يستبعدان عوامل الزمن والمساحة في الارتباط البشري تماما كما يفعل الراديو، والتلفراف، والتلفزيون، والتلفزيون، خالقين اشتراطاً أو اندماجاً Involvement بعمق .

كنا قد تحدثنا عن الأطفال الذين نشأوا عهد التلفزيون، وذكرنا أنهم يختلفون عن الأطفال الذين نشأوا في عهد المطبوع، نلاحظ حالياً أن نسبة كبيرة من الأطفال في المجتمعات الغربية الذين نشأوا في عهد التلفزيون يتركون المدارس في سن مبكرة، والسبب ليس الظروف الاقتصادية أو الظروف الاجتماعية السيئة، ولكن السبب هو أن طفل اليوم هو طفل التلفزيون، فالتلفزيون قدم ظروفاً جديدة لتكييف بصري منخفض Low Visual Orientation واشترك مرتفع، الأمر الذي يجعل قبول أسلوب التعليم القديم صعباً قد تكون إحدى الاستراتيجيات لمواجهة هذه المشكلة هي رفع المستوى البصري لصورة التلفزيون لتمكين التلميذ من الوصول إلى مستوى يقترب من العالم البصري القديم لحجرة الدراسة والمناهج المقررة، وهذا يستحق التجربة كحل مؤقت، ولكن التلفزيون عنصر واحد من عناصر الجو الإلكتروني المحيط الذي يعتمد على شبكة أو دائرة الكترونية جاءت مباشرة، بعد العالم الذي اعتمد على العجلة والصامولة والمسمار لقد أصبح لزاماً علينا أن نسهل انتقالنا من العالم البصري



المجزأ، أي عالم المطبوع، حتى نصل إلى أسلوب للتعليم نستخدم فيه كل وسيلة حديثة متوافرة .

حاليا يسمح لشباب اليوم بإدراك معالجة التراث التقليدي للبشرية من خلال باب الوعي التكنولوجي، فقد أغلق المجتمع هذا الباب الوحيد الممكن ذلك لأن المجتمع ينظر إلى الشاب من خلال مرآة تعكس الأشياء والخليقة (أي الماضي) يعيش الشاب اليوم بعمق في عالم خيالي أو سحري بينما يواجه - عندما يتعلم - ظروفا منظمة على أساس المعلومات المصنفة، أي الموضوعات غير المتصلة التي يتم إدراكها بصريا على أساس خطي لا توجد أمام الطالب وسيلة للاشتراك ولا يستطيع أن يكتشف كيف تتصل المشاريع التعليمية بعالمه الخيالي الذي يتحرك فيه، وعلى المؤسسات التعليمية أن تدرك بسرعة أننا نعيش في حرب بين تلك الظروف المحيطة ووسائل الإعلام الأخرى، غير الكلمة المطبوعة، فالفصل الدراسي في كفاح مريب من أجل الحياة في العالم الخارجي الذي خلقته وسائل الإعلام الحديثة، ويجب أن ينتقل التعليم من التدريس، ومن فرض صور مطبوعة أو متماثلة على الطلبة إلى الكشف والاكتشاف والتعمق .

والوسيلة هي الرسالة، تعني بالإضافة إلى ذلك، أشياء أخرى فقول ماسكلوهان يشير أيضا إلى أن لكل وسيلة جمهوراً من الناس الذين يفوق حبهم لهذه الوسيلة اهتمامهم بمضمونها، بمعنى آخر التليفزيون كوسيلة هو محور لاهتمام كبير، فكما يحب الناس أن يقرأوا من أجل الاستمتاع بممارسة تجربة المطبوع، وكما يجد الكثيرون متعة في التحدث إلى أي شخص في التلفزيون كذلك يحب البعض التليفزيون بسبب الشاشة التي تتحرك عليها الصور والصوت .

علاوة على ذلك، (الرسالة) في الوسيلة هي تأثير الأشكال التي تظهر بها على المجتمع الرسالة المطبوعة كانت كل جوانب الثقافة الغربية التي أثر عليها

المطبوع، والرسالة في وسيلة السينما هي مرحلة الانتقال من الروابط السطرية إلى الأشكال، كذلك يقترح ماسكلوهان أن بناء الوسيلة ذاتها مسئول عن نواحي القصور فيها ومسئول عن مقدرتها على إيصال المضمون، فهناك وسيلة أفضل من وسيلة أخرى في إثارة تجربة معينة، كرة القدم مثلاً أفضل في التليفزيون منها في الراديو أو في عمود الجريدة، ومباراة كرة القدم الرديئة على شاشة التليفزيون أكثر إثارة من مباراة عظيمة تذاع بالراديو، ولكن على العكس من ذلك أغلب تحقیقات الهيئات النيابية، أقل إثارة للملل في الجريدة عنها في التليفزيون، ويبدو أن كل وسيلة بها (ميكانيزم) خاص بها يجعل بعض الموضوعات أفضل من موضوعات أخرى .

#### الوسائل الساخنة والوسائل الباردة :

وقد ابتكر ماسكلوهان، في تعريفه لذلك ( الميكرنيزم ) اصطلاحات فئات (الساخن) و (البارد) ليصف في نفس الوقت بناء وسيلة الاتصال أو التجربة التي يتم نقلها ومدى تفاعلها، وما تطلق عليه كلمة (بارد) تستخدم عادة في وقتنا الحاضر لتعني الجدال الذي ينغمس فيه الناس بشدة، ومن ناحية أخرى (الاتجاه البارد) كان يعني الحياد الذي يميل إلى الابتعاد وعدم الاهتمام، كلمة (ساخن) أصبحت غير مستخدمة حينما طرأت تغيرات عميقة على طريقة النظر للأمور، ولكن التعبير الدارج (بارد) ينقل قدراً إلى جانب الفكرة القديمة (ساخن) فهو يشير إلى نوع من الالتزام والمساهمة في ظروف تتضمن قدرات الفرد كلها .

ماسكلوهان لا يهاجم فقط السطرية، ولكن أيضاً الطبيعة التجريدية للغة المطبوعة التي تعتبر من عناصر قوتها، وبدلاً من المقدرة على التجريد، يهتم بالمقدرة على التخيل التي تعتبر محور فكرته أو مفهومه، الذي يقتبس دائماً حينما يفرق بين الوسائل (الساخنة) و (الباردة) فالوسيلة (الساخنة) هي الوسيلة التي لا تحافظ على التوازن في استخدام الحواس أو الوسيلة التي تقدم



المعنى، مصنوعاً جاهزاً إلى حد ما، مما يقلل احتياج الفرد للخيال لكي يكون صورة للواقع من العلاقات التي تقدم إليه، أما الوسيلة (الباردة) فهي الوسيلة التي تحتاج إلى أو تحافظ على التوازن بين الحواس، وتحتاج لقدر كبير من الخيال.

ولكن حتى ماسكلوهان نفسه لا يتسم بالثبات الكامل في تصنيفه لوسائل الإعلام تحت هاتين الفئتين، فهو يعتبر المطبوع والراديو من الوسائل (الساخنة) التي تستخدم كل منهما حاسة واحدة، ولا تحتاج (في رأي ماسكلوهان) إلا لقدر بسيط من الخيال، بينما يعتبر الفيلم الناطق والتلفزيون، من (الوسائل الباردة) التي تحتاج، كما يقول ماسكلوهان، إلى أقصى درجة من الجهد الخيالي من جانب المتفرجين والغريب في نتائج ماسكلوهان المتصلة بالاحتياج للخيال أنه، لا يعتمد أساساً على الحاجة للتنظيم والتجريد من القدر الكبير من التجربة المحددة التي يقدمها التلفزيون، ولكنه يهتم أساساً بأسلوب الإدراك، بمعنى أن التلفزيون يقدم عدداً كبيراً من نقاط الضوء الصغيرة التي يجب أن تنظمها الأنظمة العصبية والحسية المركزية، وتكون منها صورة للواقع.

بهذا المعنى يستطيع الفرد أن يعتبر الآلية الذاتية Automation باردة في حين أن الأنواع الميكانيكية القديمة أو (الوظائف) المجزأة، ساخنة، والشخص التقليدي أو غير المتطور أو المحافظ ليس (بارداً) لأن قدراته لا تساهم بعمق.

الوسيلة الساخنة أو التجربة الساخنة، درجة وضوحها مرتفعة، High Definition أو هي أقرب للأشياء الطبيعية، فهي على درجة عالية من الفردية كما أن بها قدراً كبيراً من المعلومات المطلوبة، ولا تحتاج إلى مساهمة كبيرة من جانب المتلقي، أما الوسيلة (الباردة) فدرجة وضوحها (منخفضة) والمعلومات التي تنقلها أيضاً منخفضة، وتتطلب من جانب الجمهور مساهمة لتكملة التجربة صورة التلفزيون درجة وضوحها منخفضة، لذلك يضطر الفرد إلى المساهمة أو الاشتراك سيكولوجياً بدرجة كبيرة أي يضطر المتفرج إلى أن يملأ

المساحات التي يشاهدها بالعقل، كما يفعل الكارتون، لهذا نجد متفرج التلفزيون أكثر اشتراكا في تكملة الصورة التي يقدمها التلفزيون منه في حالة الفيلم السينمائي، فهو مضطر لبذل مجهود، وهو يستعرض الصور بعينه ليكملها ويملا نواحي النقص فيها ..

سمي ماكلوهان التلفزيون وسيلة (باردة) والصحافة وسيلة (ساخنة) بسبب المدى الذي تشترك به حواسنا في كل منها، وتأثير كل وسيلة على بناء المجتمع يتوقف إلى حد كبير، على درجة حرارتها (فإن الوسيلة الساخنة تسمح بمساهمة أقل من الوسيلة الباردة، فالمحاضرة مثلا تسمح بمساهمة أقل من الندوة) (السمنار) والكتاب يحتاج إلى مساهمة أقل من الحوار، والكارتون وضوحه أو دقته (منخفضة) ذلك لأنه يقدم قدرا بسيطا من المعلومات، فهو بارد .

المطبوع وسيلة ساخنة، يفرض نمطه على الصفحة، يتكرر بلا نهاية، وهو يقوم على التجريد، ويحمل المطبوع الإنسان بعيدا عن العلاقات الوثيقة التقليدية المعقدة إلى أسلوب الحياة الحديثة، من القبلية إلى الأممية، ومن الإقطاع إلى الرأسمالية، ومن الحرفية إلى الإنتاج على نطاق واسع، ومن الحكمة إلى العلم، والمطبوع يقوم على تعدد الرسائل والأنماط بشكل لا نهائي تقريبا .

الحديث الشفهي، على العكس من ذلك، وسيلة باردة، فهو يطور حوارا واستجابة، ورجع صدى، وأنماط معقدة ومتداخلة للعلاقات الشخصية ومجتمعات مركزة في العائلة، وأخلاقيات عائلية وقبلية، واعتقاد أو إيمان بأشياء خارقة للطبيعة .

والراديو وسيلة ساخنة، وكان دائما وسيلة أساسية لتسخين الدماء في أفريقيا والهند والصين .



والفكرة الرئيسية أن الوسيلة الساخنة تُبعد، والوسيلة الباردة تُقرب أو تستوعب : الوسائل الساخنة درجة المساهمة فيها أو تكميل الجمهور لما تقدمه ضئيلة، أما الوسائل الباردة فدرجة مساهمة الجمهور في إكمال ما تقدمه عالية الوسيلة الساخنة هي التي تعد الحواس، وهي على درجة عالية من الوضوح، وتعني بالوضوح العالي، توفير الوسيلة للمعلومات بشكل عام بدون مساهمة شديدة من جانب الجمهور، فالصور، على سبيل المثال، درجة وضوحها مرتفعة لذلك هي ساخنة، بينما الكارتون درجة وضوحه منخفضة لذلك فهو بارد، لأن الرسم الفج يوفر معلومات بصرية بسيطة جداً، ويستلزم من المتفرج أن يكمل الصورة بنفسه لهذا التليفون، الذي يعطي الأذن معلومات بسيطة نسبياً، هو وسيلة باردة كذلك الكلام، فكلاهما يتطلب من المستمع قدراً كبيراً من التكميل أو ملء الفجوات من ناحية أخرى، الراديو ليس وسيلة ساخنة لأنه يوفر بشكل حاد وعميق قدراً كبيراً من المعلومات المسموعة العالية في وضوحها بحيث لا تتطلب سوى جهداً بسيطاً من الجمهور لكي يكمله أو لا تترك أي شيء للجمهور لكي يكمله المحاضرة، على نفس النمط، ساخنة، ولكن الندوة أو السمنار وسيلة باردة والكتاب ساخن، ولكن المحادثة وسيلة باردة .

ويطبق ماكلوهان أيضاً الاصطلاحين (ساخن) و(بارد) على التجارب وعلى الناس والدول، فيقول أن وسائل الإعلام الباردة أفضل بالنسبة للأفراد الذين يتميزون بطابع فردي إلى حد كبير، أي الأفراد الأكثر بروداً الذين يصعب إثارتهم ووسيلة مثل الراديو تحتاج إلى صوت يتصف بخصائص متميزة عن غيره ويمكن التعرف عليه مباشرة، أما التليفزيون فيفضل الأفراد الذين تكون (درجة وضوحهم) منخفضة جداً بحيث يظهرون عاديين ولكن بشكل إيجابي .

على هذا الأساس نستطيع أن نفسر جميع الظواهر التي كانت في الماضي لا تخضع للفحص والدراسة مثل نجاح الشخص غير العاطفي أو غير



المثير أو غير الجذاب في التلفزيون أي الشخصيات العادية ويقول ماكلوهان (( أن التلفزيون وسيلة باردة، ترفض الشخصيات والموضوعات الساخنة أكثر من الصحافة التي تعتبر وسيلة ساخنة فلو كان التلفزيون موجودا على نطاق واسع خلال حكم هتلر لمساعد ذلك على اختفاء هتلر بسرعة ))

وعلينا أن نشير إلى أنه بينما يعتبر ماكلوهان على تأثير الوسيلة نفسها نافع ومفيد، إلا أن تأثيرات الرسالة نفسها متنوعة أكثر من الوسيلة نفسها. فالرسالة هي الرسالة والوسيلة هي الوسيلة وكل واحدة تؤثر على الأخرى بحيث لا يمكن فصل واحدة عن الأخرى فالأخبار في الرأي إلا بعض هي الأخبار بصرف النظر عن الوسيلة التي تنقل بها الناس ولو أن درجة اكتساب المعلومات من التلفزيون إذا لم يتطابق النص مع الصورة، قد تقل كثيرا هناك دليل على أن الإدراك وجمع نقاط الضوء على شاشة التلفزيون يحدث اختلافا في التأثير كما أن هناك حاجة إلى إعادة التفكير في موضوع الخيال الذي يحتاج إليه نوع ما من أنواع الاتصال وهو الأمر الذي لفت ماكلوهان أنظارنا إليه فهناك من يقول بأن قدر الخيال الذي تحتاج إليه ترجمة المطبوع إلى صور واقعية أكبر من ذلك الذي تتطلبه مشاهدة التلفزيون، كما أن هناك من يقول بأن غياب الصوت في الأفلام الصامتة يحتاج لخيال أكبر من الخيال الذي تحتاج إليه الأفلام الناطقة .

وتأكيد ماكلوهان على تأثير الوسيلة نفسها مفيد كما أن إشارته إلى تأثير التوازن أو عدم التوازن بين نسب استخدام وسائل الحس تؤثر على أو تعيد بناء كل قيمنا ومؤسساتنا، وهذا له أهمية كثيرة وتأثير المطبوع السطري على منطق التفكير، يعتبر من الأمور الجديدة بالدراسة، ولكن وقع ماكلوهان الأساسي ينبع مما قاله عن التلفزيون، فكل من ماكلوهان وهارولد أنيس يعتبر أن نمو وتطور المطبوع إلى عصر التلفزيون الجديد، فهو يرى أن

التلفزيون سوف يعيد التوازن الصحي للحواس، وسوف يجعل الفرد يهتم بأمور أخرى غير شؤونه الخاصة، كما سوف يعيد الأحاسيس القبلية إليه .

فماكلوهان يرى أن مد جهازنا العصبي تكنولوجيا، يغمسنا في حركة تجمع عالمية للمعلومات، وتمكن الإنسان من إدماج البشرية كلها داخله، وإن دور الإنسان المتعلم في العالم الحديث، وهو دور الإنسان الذي يبعد نفسه ويفصل نفسه عن الأمور المختلفة، سوف يتغير ويتحول إلى مساهمة شديدة بسبب الوسائل الإلكترونية التي ستجعلنا مرة أخرى نعود إلى الترابط، ولكن الطبيعة المباشرة لحركة المعلومات الإلكترونية تقوم على اللامركزية، وبدلاً من توسيع عائلة الإنسان تميل إلى بناء وجود قبلي متعدد، ويظهر هذا بشكل خاص في الدول المتقدمة، حيث يخلق الصراع بين الثقافة القديمة والبطينة والمجزأة، والثقافة الإلكترونية الجديدة أزمة في تحديد الشخصية، وفراغ في الذات، يسبب عنفاً شديداً، بحثاً عن شخصية خاصة أو عامة .

فالتلفزيون سوف يعود بالفرد مرة أخرى إلى التجارب الجماعية للثقافة الشفهية وسوف يشجع المساهمة بدلاً من الانسحاب والعزلة، والعمل بدلاً من الاختصار على التفكير، والعلاقات السليمة بدلاً من القومية المتطرفة، فهذه النظرة إلى المفيد للتلفزيون في الوقت الذي ينشغل فيه الناس في التحذير من تأثير التلفزيون المادي والعنيف تعتبر من المساهمات الأساسية التي قدمها ماكلوهان .



### نظرية التقمص الوجداني

المقدرة على التقمص الوجداني جزء لا يتجزأ من الاتصال، لأنه يربط بين ذهن المرسل وذهن المتلقي، والتقمص الوجداني هو المقدرة عن فهم الحالة الذهنية لشخص آخر، كأن تقول لشخص آخر (أنني أفهم مشاعرك). كيف يتحقق التقمص الوجداني؟ وما هي قيمته للاتصال في هذه العملية؟

يكتسب الفرد المقدرة على التقمص الوجداني بالتحرك المادي من مكان إلى آخر أو عن طريق التعرض لوسائل الإعلام، التي تجعل التحرك السيكولوجي يحل محل التحرك المادي أو الجغرافي، وقيمة التقمص الوجداني للاتصال يمكن تلخيصها في أنه لكي نتصل يجب أن يتوافر لنا على الأقل ثلاثة عناصر:

1 وسائل مادية للاتصال

2 رجوع صدى

3 مقدرة على التقمص الوجداني

والمقدرة على التقمص الوجداني، أي عمل استنتاجات عن الآخرين وتغيير تلك الاستنتاجات لتتفق مع الظروف الجديدة، هذه المقدرة معروفة منذ الفي عام، فقد أشار إليها أفلاطون وسان جون وسان أوجستين وسان الاكوييني Equinas وبعد ذلك سبينوزا Spinoza في مؤلفاتهم، وقد اعتبرها آدم سميث وهربرت سبنسر عملية انعكاس بدائي، وفي هذا القرن ناقش الباحثون ليبس Lipps وريبوت Ribot وشليير Scheler التقمص الوجداني في تحليلهم للعطف ويرجع الفضل في (نحت) كلمة الوجداني Empathy في اللغة الإنجليزية إلى تيوردور ليبس الذي سماها Feeling Into وقد طور الباحث جورج ميد نظرية التقمص الوجداني في كتابه Mind, self, and society فقد افترض ميد أنه حينما نتوقع أو نستنتج مشاعر الآخرين، وما سيفعلونه، وحينما نخرج بتنبؤات تتضمن السلوك الخاص للإنسان، واستجاباته الخفية، وحالاته الداخلية

ومعتقداته ، ومعانية،حيثما تطور توقعات وحيثما نتنبأ نفترض أن لدينا مهارة يسميها علماء النفس بالتقمص الوجداني، أي القدرة على الإسقاط وتصور أنفسنا في ظروف الآخرين، ويساعد على تطوير تلك القدرة، التحرك المادي، من مكان إلى آخر، كذلك تعمل وسائل الإعلام على تطوير القدرة على التقمص الوجداني بين الأفراد الذين لم ينتقلوا من مجتمعاتهم المحلية أبداً، لأن تلك الوسائل تنقل العالم الخارجي إليهم .

### وهناك نظريتان عن التقمص الوجداني :

نظرية تقول أننا نجرب الأشياء مباشرة، ونفس ما يفعله الآخرون وفقاً لخبرتنا، أي نفترض أن جميع الناس سوف يتصرفون بنفس الطريقة التي نتصرف بها، وإننا لا نستطيع أن نتنبأ بما سيفعله الآخرون، إذا لم نمر نحن أنفسنا بنفس التجربة التي يمرون بها .

والنظرية الثانية تقول أننا نحاول أن نضع أنفسنا في ظروف ومواقف الآخرين، وفي اتصالنا نحول من الاستنتاجات إلى أخذ أدوار الآخرين، على أساس تنبؤاتنا .

### كيف تطور هذه القدرة على التقمص الوجداني ؟

إن هذا سؤال أساسي لطبيعة الاتصال ، ولكن للأسف ليس لدينا رد قاطع عليه، فهناك بعض النظريات المتعلقة بالتقمص الوجداني تتفق مع الأدلة التي تم التوصل إليها بالبحث، ونستطيع أن نعرف التقمص الوجداني بأنه العملية التي نتوصل بمقتضاها إلى توقعات ، توقعات عن الحالات السيكولوجية الداخلية للإنسان .

كيف يحدث هذا ؟ هناك ثلاث وجهات نظر أساسية عن التقمص

الوجداني، فترى إحدى مدارس الفكر أنه ليس هناك تقمص وجداني، وإننا لا نستطيع أن تطور توقعات الذين يؤيدون هذا الرأي هم من المؤمنين غالباً بنظرية



التعلم البسيطة المكونة من منبه واستجابة، وأصحاب هذه النظرية يقولون أن كل ما لدينا في عملية الاتصال هو مجموعة من الوسائل، رسالة يقدمها شخص ويدرسها شخص آخر، بمعنى آخر هناك منبهات واستجابات، وهذا كل ما في الأمر ونظرية التعلم البسيطة قد تفسر التعلم غير البشري عند الحيوان ولكنها لا تفسر سلوك البشر، فالبشر يطورون توقعات، ولديهم المقدرة على تصور أنفسهم في حالات وظروف الآخرين النفسية، ولهذا لا نستطيع قبول الرأي الذي لا يعترف بوجود التقمص الوجداني، وأنت لا نستطيع أن نطور توقعات وتنبؤات ذلك لأنه لا بد أن تحدث عملية تفسيرية من نوع ما قبل القيام بالاستجابة وتطوير التوقعات يحتاج إلى موهبة من نوع ما، فنحن في حاجة إلى أن نفكر في الأشياء التي ليست أمامنا والتي لم نجربها، ولكي يكون لدينا توقعات، ولكي نتحدث عن الأشياء غير المتوفرة، نحن في حاجة إلى أن نصنع تلك الرموز ونؤثر عليها فالإنسان يختلف عن الحيوان في أنه يطور شكلًا مهارتيين التين حدثنا عنهما فهو قادر على أدراك الرموز والتأثير عليها، كما أنه يستطيع أن يصنع الرموز لتخدم أغراضه، لهذا السبب يستطيع أن يعيد تقديم الأشياء غير الموجودة أمامه، أي تقديم ما ليس هنا وما لا يحدث الآن، ومن الواضح أن الإنسان لديه تلك المهارة، بالرغم من أن هناك اختلافات فردية بين الناس .

لهذا يرفض الباحث الرأي الذي لا يعترف بمفهوم التقمص الوجداني، فنحن جميعاً نتوقع المستقبل ونقوم بعمل تنبؤات عن العلاقات بين

- (1) السلوك الذي نقدم عليه،
- (2) والسلوك الذي يقدم عليه الآخرون استجابة على سلوكنا،
- (3) والاستجابة التالية التي نقدم عليها بناء على سلوك الناس .

فنحن نقوم بأكثر من الفعل ورد الفعل، لأننا نطور توقعات عن الآخرين تؤثر على أعمالنا قبل أن نقوم بتلك الأعمال، وهذا ما نعينه بالتقمص الوجداني .

وهناك نظريتان معروفتان عن أسس التقمص الوجداني توافقت النظريتان على أن المادة الأساسية للتوقعات هي السلوك المادي الذي يقوم به الإنسان وكلتا النظريتين توافقتان على أن تنبؤات الإنسان عن الحالات النفسية الداخلية عنده تقوم على السلوك المادي الذي يمكن ملاحظته وكلتاهما تتفقان على أن الإنسان يكون تلك التنبؤات باستخدام رموز تشير إلى ذلك السلوك المادي وبالتأثير على تلك الرموز .

#### أولا - نظرية الاستنتاج في التقمص الوجداني : Inference Theory of Empathy

تقول نظرية الاستنتاج في مجال التقمص الوجداني أن الإنسان يلاحظ سلوكه المادي مباشره، ويربط سلوكه رمزيا بحالته النفسية الداخلية ، أي بمشاعره وعواطفه الخ ، ومن خلال هذه العملية ، يصبح لسلوكه الإنساني معنى أي (لتفسيراته معنى) يطور الفرد مفهومه عن ذاته بنفسه على أساس ملاحظاته وتفسيراته لسلوكه الخاص .

وبمفهوم الذات، يتصل بالآخرين ويلاحظ سلوكهم المادي، وعلى أساس تفسيراته السابقة لسلوكه وما ارتبط من مختلف المشاعر والعواطف يخرج باستنتاجات عن حالة الآخرين النفسية بمعنى آخر، يقول لنفسه أنه إذا كان سلوكه يعكس كذا وكذا من المشاعر، إذا قام شخص آخر بهذا السلوك فهو أيضا يعكس نفس المشاعر التي شعر بها حينما قام بهذا العمل .

هذا الرأي في التقمص الوجداني يفترض أن الإنسان لديه معلومات من الدرجة الأولى عن نفسه، ومن الدرجة الثانية عن الناس الآخرين يقول أن



الإنسان لديه المقدرة على فهم نفسه، عن طريق تحليل سلوكه الذاتي، ومن هذا التحليل يستطيع الإنسان أن يخرج باستنتاجات عن الآخرين تقوم على أساس أن هناك تماثلاً بين سلوكهم وسلوكه .

ولنأخذ مثلاً لهذا، افترض أنك لاحظت أنك تقوم بدق المائدة بيدك كلما شعرت بالغضب، ثم شاهدت شخصاً آخر يدق بيده على المائدة، حينئذ سوف تستنتج من سلوكه أنه غاضب، أي أنك تستطيع أن تستنتج أحاسيسه الداخلية من

(أ) ملاحظة سلوكه.

(ب) مقارنة سلوكه بسلوك مماثل أقدمت عليه وعبرت فيه عن غضبك . .  
هذا هو الموقف الذي تأخذه نظرية الاستنتاج المتصلة بالتقمص الوجداني فما هي الافتراضات الكامنة فيها ؟

1. إن الإنسان لديه معلومات من الدرجة الأولى عن أحاسيسه الداخلية، ويمكن أن تكون لديه معلومات من الدرجة الثانية عن أحاسيس الآخرين الداخلية .

2. إن الآخرين يعبرون عن أحاسيسهم الداخلية بالقيام بنفس السلوك الذي نقوم به للتعبير عن مشاعرنا .

3. إن الإنسان لا يستطيع أن يفهم الحالة الداخلية للآخرين، ما لم يجرب تلك الحالة بنفسه، فالإنسان لا يستطيع أن يفهم العواطف التي لم يشعر بها والأفكار التي لم تخطر بذهنه الخ .

وسنعالج هذه الافتراضات واحدة بعد أخرى :

أولاً : نقول نظرية الاستنتاج في التقمص الوجداني أن معلومات الإنسان عن نفسه هي معلومات من الدرجة الأولى، وكل المعلومات الأخرى هي معلومات من الدرجة الثانية، وسنناقش هذا الافتراض ونحن نستعرض نظرية أخذ الأدوار في التقمص الوجداني .

ثانياً الافتراض الثاني يشير إلى أن كل الناس تعبر عن أحاسيسها بسلوك واحد متشابه في مجموعة، وأن كل الناس يعنون نفس الأشياء بالسلوك الذي يقدمون عليه، ولكن هذا الافتراض لا يمكن قبوله بشكل مطلق، بل وكثيراً ما يفشل الاتصال بسبب هذا الاعتقاد، فنحن نفترض دائماً أن الشخص الآخر يعطي نفس المعنى الذي نعطيه لكلمة ما، وأن ابتسامة من شخص آخر تعبر عن نفس الحالة الداخلية التي تعبر عنها ابتساماتنا، وأن الآخرين يرون العالم بنفس الطريقة التي نراه بها، لمجرد أنهم يقومون بقدر كبير من السلوك المادي الذي نقوم به.

حقيقة أننا كثيراً ما نتوصل إلى أفكارنا على الحالات الداخلية للآخرين باستنتاجها من حالاتنا الذاتية، كما نربطها بسلوكنا الذاتي، ولكننا ونحن نفعل ذلك كثيراً ما نخطئ، فنحن نفشل دائماً في معرفة ما يحدث في نفوس الآخرين حينما نفترض أنهم مثلنا.

ونحن في حاجة إلى استخدام أسلوب آخر في معالجة التقمص الوجداني يفسر تفسيراً كاملاً نجاحنا في التنبؤ بسلوك الآخرين، وتوقع ذلك السلوك ونحن في حاجة إلى أسلوب يفترض أن الناس ليسوا متماثلين.

علاوة على هذا هناك دلائل تشير بعدم صحة الافتراض الثالث لنظرية الاستنتاج الذي يقول بأننا لا نستطيع أن نفهم المشاعر الداخلية للناس الآخرين ما لم نجربها بأنفسنا، وحقيقة أن الإنسان يفهم بشكل أفضل تلك الأشياء التي جربها بنفسه، ولكنه يستطيع بالرغم من ذلك أن يفهم (على الأقل جزئياً) بعض المشاعر التي لم يجربها، على سبيل المثال نستطيع أن نحس بشعور الأم عندما تفقد طفلها، ونستطيع أن نتصور مشاعر السعادة التي يشعر بها الفرد الذي يتزوج الفتاة التي يحبها، بالرغم من أننا نحن أنفسنا لم نتزوج. فالتجربة تزيد فهمنا، ولكنها ليست أساسية للفهم، والحجج الأساسية في نظرية الاستنتاج



للتقمص الوجداني فيها بعض المزايا، إلا أن نظرية الاستنتاج لا تفسر التقمص الوجداني بشكل يبعث تماماً عن الرضا، لذلك سنهتم بنظرية أخذ الأدوار التي روجها جورج ميد، وتعتبر انعكاساً لوجهة النظر السيكولوجية الاجتماعية .

### - ثانياً نظرية أخذ الأدوار في التقمص الوجداني :

إذا افترضنا أن معلومات الإنسان من الدرجة الأولى هي عن نفسه، أو أن الإنسان يكون مفهوماً معيناً عن ذاته قبل أن يتصل بالآخرين، نستطيع أن نفحص سلوك بعض الأفراد ونحاول أن نفسر نتائج ذلك السلوك على التقمص الوجداني . إذا نظرنا إلى الطفل الرضيع وكيف يتصرف وكيف يطور قدراته على التقمص الوجداني، نجد أن المادة الرئيسية التي يلاحظها الطفل هي السلوك المادي أي الرسالة السلوكية، والطفل مثل أي شخص آخر يستطيع أن يلاحظ، ويقوم بسلوك عادي .، السؤال الآن هو كيف يطور الطفل تفسيراته عن ذاته وعن الآخرين ؟

إن أصحاب نظرية أخذ الأدوار يدّعون أن الطفل المولود حديثاً لا يستطيع أن يميز أو يفرق عن الآخرين ولكي يطور فكرته عن ذاته يجب أن ينظر الطفل أولاً إلى نفسه كشئ وأن يتصرف تجاه نفسه كما يتصرف تجاه الناس الآخرين، بمعنى آخر فكرة الذات لا تسبق الاتصال، بل تتطور من خلال الاتصال الطفل الصغير يقلد كثيراً، فهو يلاحظ سلوك الآخرين ويحاول أن يقلد سلوكهم بقدر الإمكان، بعض السلوك الذي يقلده سلوك موجه إليه، فأمه تحدث أصواتاً حين تتحدث في وجوده، ويبدأ الطفل في تقليد تلك الأصوات ووالده يحرك عضلات وجهه ( يبتسم ) في وجوده فيبدأ في تقليد حركات الوجه هذه، ويتقليد السلوك الموجه إليه يبدأ الطفل بنفسه في التصرف، كما يتصرف الآخرون نحوه، ولكن ليس لديه تفسير لتلك الأعمال أو التصرفات، وليس لتصرفاته معنى عنده، هذه هي بداية أخذ الأدوار وبداية تطوير الذات، وفي المرحلة

الأولى من مراحل أخذ الأدوار يمارس الطفل فعلاً أدوار الآخرين بدون أن يفسرها يقلد سلوك الآخرين، ويجازي على استجاباته التي يأخذ فيها أدواراً، فيترك الاستجابات التي لا يرضى الآخرون عنها، في حين يستبقي الاستجابات التي حظيت بقبولهم .

ويتطور الطفل يزداد سلوكه الذي يأخذ فيه أدوار الآخرين، ويتصرف نحو نفسه بشكل متزايد، بنفس الطريقة التي يتصرف بها الآخرون نحوه، في نفس الوقت، يتعلم أن يصنع مجموعة من الرموز ويتحكم فيها، يصنع رموزاً لها معنى عنده وعند الآخرين، وحينما يزود الطفل بمجموعة من الرموز، يستطيع أن يبدأ في فهم الأدوار التي يأخذها، ويستطيع أن يفهم كيف سيتصرف الآخرون نحوه، كما يستطيع أن يبدأ فعلاً في وضع نفسه في أماكن الآخرين وينظر إلى نفسه بالطريقة التي ينظر بها الناس إليه، وكثيراً ما نشاهد أطفالاً صغاراً يبلغون من العمر عامين أو ثلاثة يلعبون بإقامة حفلات شاي يتخيلونها ونسمعهم يؤنّبون بعضهم البعض، بصنع رسائل كانت قد وجهت إليهم، مثل أحمد يجب ألا تفعل ذلك والآن حرمتك من الحلوى، أو لا يا زينب، ليست هذه هي الطريقة التي يجب أن تجلسي بها على المائدة .

حينما يتصرف الطفل بهذا الشكل، فهو ينظر إلى نفسه كمحور للسلوك، أي ينظر إلى نفسه على أنه شيء خارجي، فهو يلعب دور الوالدين، ويضع نفسه في مكان الوالدين، هذه هي المرحلة الثانية من مراحل أخذ الأدوار، وفيها يلعب الطفل أدوار الآخرين بفهم، وحينما ينضج الطفل يقوم بأدوار الآخرين الأكثر تعقيداً، وباستخدام الرموز يستنتج أدوار الآخرين ويحتفظ بتلك الأدوار في ذهنه، بدلاً من القيام بأدوار الآخرين مادياً، هذه هي المرحلة الثالثة من مراحل القيام بدور، وهي المرحلة التي يبدأ فيها الطفل في وضع نفسه في أماكن الآخرين رمزياً، بدلاً من وضع نفسه مكانهم مادياً .



وحيثما يضع الطفل نفسه في مكان الأطفال الآخرين، يطور توقعات عن سلوكه الذاتي أي عما هو متوقع منه في هذه الظروف، ثم يتصرف بعد ذلك وفقاً لتلك التوقعات، كما يحددها أخذه لأدوار الآخرين، إذا قام بعمل جيد، وهو يأخذ الأدوار سيتفق سلوكه مع توقعات الآخرين وسيكافؤنه، وإذا لم يتم بما هو متوقع منه في أخذ الأدوار لن يكافئ، بل سيعاقبه الآخرون، وباستمرار، بالمساهمة في نشاط الجماعة، يمارس الطفل أدواراً كثيرة يقوم بها الآخرون، وفي قيامه بتلك الأدوار ينظر إلى نفسه كمتلقي، وكمحور للسلوك، وبالتدريج يبدأ في التعميم عن أدوار الآخرين، أي يبدأ في تكوين أفكار عامة عن الطريقة التي سوف يتصرف بها الآخرون، وكيف يفسرون وكيف يستجيبون عليه، ويسمى هذا مفهوم التعميم عن الآخرين، والتعميم عن الآخرين هو عملية تجريدية تقوم على ما يتعلمه الفرد عن الأدوار الفردية الشائعة التي يقوم بها الآخرون في جماعته .

كل منا يطور ويعمم عن الآخرين، على أساس خبرتنا في ظروف اجتماعية معينة، وعلى أساس أدوار الآخرين المتتابة التي نقوم بها، التعميم عن الآخرين يوفر لنا مجموعة من التوقعات عن الطريقة التي يجب أن نتصرف بها هذا هو ما نعنيه بمفهوم الذات، أي أن مفهوم الذات عندنا هو مجموعة من التوقعات التي نعتقها، عن الطريقة التي يجب أن نتصرف بها في ظرف معين كيف نطور مفهوم الذات ؟ .. أننا نطوره عن طريق الاتصال، وعن طريق أخذ أدوار الآخرين وعن طريق التصرف نحو الآخرين، كمحور للاتصال، وعن طريق تطوير تعميم عن الآخرين .

نظرية الاستنتاج تفترض وجود مفهوم الذات، وتقترح أننا نستطيع أن نتقنص وجدانياً باستخدام مفهوم الذات، لنخرج باستنتاجات عن حالات الآخرين الداخلية، وتقترح نظرية الاستنتاج أن مفهوم الذات يحدد كيف

نتقمص وجدانياً، أما نظرية أخذ الأدوار فتعالج الموضوع من الناحية الأخرى تماماً فتقترح أن مفهوم الذات لا يحدد التقمص الوجداني بدلاً من ذلك الاتصال يؤدي إلى مفهوم الذات، وأخذ الأدوار يسمح بالتقمص الوجداني، كلتا النظريتين تعطيان أهمية كبيرة لطبيعة اللغة والرموز المهمة في عملية التقمص الوجداني وتطویر مفهوم الذات.

أي منهما نصدق؟ وكيف يتقمص الإنسان وجدانياً؟ .. نقول أن الإنسان يستخدم كل تلك الأساليب في التقمص الوجداني، فالإنسان يبدأ بأخذ الأدوار، فكل منا يأخذ أدوار الآخرين، وكل منا يعمم عن الآخرين والطريقة التي ننظر بها إلى أنفسنا يحددها مفهومنا أو أسلوبنا في التعميم عن الآخرين، والمضمون الاجتماعي الموجود وتوقعات الآخرين عن سلوكنا حينما ننصح نطور أو نبني مفهوم الذات، ثم نعمل وفقاً له، نبدأ الآن في عمل استنتاجات عن الآخرين، نقوم على أساس مفهومنا عن الذات، فنقلل من قيامنا بأدوار الآخرين، ونزيد من استخدامنا للاستنتاجات، ونفترض أن الناس الآخرين مثلنا وأن سلوكهم يعكس نفس الحالات الداخلية التي يعكسها سلوكنا ونستمر في القيام بذلك حتى يصبح هذا العمل غير مجزياً .

حينما نتقمص وجدانياً، يعمل استنتاجات ثم لا نجازي عليها نضطر إلى تلجأ إلى حل واحد من حلين أما :

1. أن نحرف سلوك الآخرين الذي ندركه ونجعله يتفق مع توقعاتنا .
2. أو أن نعيد النظر في صورتنا الذهنية عن أنفسنا، ونعيد تعريف ذاتنا، ونعود مرة أخرى إلى أخذ الأدوار .

وإذا تلجأنا إلى الحل الأول أي تحريف العالم الذي ندركه، نصبح مرضى بأمراض عقلية، وتصبح لدينا تصورات غير واقعية، وينتهي بنا المطاف في مستشفى للأمراض العقلية، وهذا ليس مرغوباً فيه، ونستطيع أن نتنبأ بأن مشكلة الصحة



العقلية متصلة بعدم مقدرة الإنسان أو عدم رغبته في تغيير صورته الذهنية عن نفسه، حينما يجد أن هذه الصورة غير مجزية في الظروف الاجتماعية المحيطة به.

وماذا عن الحل الثاني البديل، أي إعادة تعريف الذات؟ لكي نفعل هذا علينا أن نعود إلى أخذ الأدوار، أدوار الآخرين، وأن نطور مفهوماً جديداً للتعميم عن الآخرين، ومجموعة جديدة من التوقعات عن سلوكنا، حينما نفعل ذلك نعيد أنفسنا ونغير سلوكنا، وفقاً لهذا التعريف الجديد، ونبدأ مرة أخرى في الخروج باستنتاجات عن الناس الآخرين .

حينما نلعب دور شخص آخر، نجمع في وقت واحد نظريتي الاستنتاج وأخذ الأدوار، وحينما نلعب دوراً نحن نقدم في الواقع على سلوك معين، من هذا نستطيع أن نستنتج حالاتنا الداخلية المتصلة بهذا السلوك أو ذاك، ونستطيع أن نستخدم تلك الاستنتاجات في القيام بدور شخص آخر.

فعمليتا القيام بدور والاستنتاج تسيران سوياً باستمرار، فهي تعني أن الإنسان يكيف نفسه، ويستطيع أن يغير سلوكه ليتفق مع الظروف والوضع الاجتماعي الذي يجد نفسه فيه، وذلك بأن يطور توقعات يقوم فيها بأدوار الآخرين أو باستنتاجات، أو يفعل الأمرين معاً .

والسؤال هنا متى نجد أنه من الضروري أن نعيد تعريف الذات؟ نشعر بالحاجة إلى ذلك حين ندخل في جماعة جديدة أو نجد أنفسنا في ظروف اجتماعية مختلفة، على سبيل المثال حينما يدخل مراهق الجامعة، يجد نفسه في ظرف اجتماعي جديد، وعندئذ قد تكون استنتاجاته عن الآخرين غير صالحة لحياته الجديدة، لذلك يقوم بعمل تنبؤات خاطئة، وتصبح توقعاته مهزوزة وعادة ما يبدأ في سؤال نفسه هذا السؤال من أنا في حقيقة الأمر ؟

ماذا يفعل المراهق. ٩. يبدأ في أخذ الأدوار في مرحلة مبكرة، أي يبدأ في تقليد سلوك الآخرين بدون أن يكون لهذا التقليد معنى، وتدريباً يأخذ أدوار الآخرين من الطلبة أو المدرسين ... الخ، ويضع نفسه في موقف الآخرين وينظر إلى نفسه من خلال أعينهم، وهو إذ يفعل ذلك يطور مفهوماً جديداً عن الآخرين، ومجموعة جديدة من التوقعات عن سلوكه الذاتي، وهكذا يعيد تعريف نفسه، ويبدأ في التصرف وفقاً لهذا التعريف الجديد .

هذه العملية مطلوبة منا، أكثر من مرة، في مواقف كثيرة من حياتنا فحينما ندخل في مجتمع جديد أو ننضم إلى جماعة جديدة أو نسافر إلى حضارة مختلفة، تضعف قدرتنا على التنبؤ، حينئذ يصبح من الصعب أن نصنع استنتاجات أساسها معرفتنا الذاتية، وإذا كان علينا أن نعمل بفاعلية على تغيير الوضع الاجتماعي، نحن في حاجة إلى أن نأخذ أدوار الآخرين، ونعيد تعريف أنفسنا، عندما يتم ذلك يصبح هذا إلى حد ما علامة على أن الإنسان قد تكيف .

#### دور وسائل الإعلام في تنمية القدرة على التقمص الوجداني

##### (نظرية دانييل لرنر):

يعتبر عالم الاجتماع الأمريكي دانييل لرنر أن القدرة على التقمص الوجداني من الخصائص الأساسية اللازمة لانتقال المجتمع من الشكل التقليدي إلى الشكل الحديث، ويفترض أن هذه الخاصية كانت تكتسب في الماضي بتحريك الأفراد ماديان وانتقالهم من مكان إلى آخر، واختلاطهم بالآخرين، في القرن العشرين أصبحت هذه الخاصية تكتسب أساساً عن طريق وسائل الإعلام التي قامت بنقل العالم الخارجي إلى الأفراد الذين لم تفتح لهم الفرصة لكي يسافروا أو يتركوا مجتمعاتهم المحلية .



وقد ربط لرنر المقدرة على التقمص الوجداني بتسلسل تاريخي حدث في المجتمعات الغربية، فأشار في استعراضه لانهايار أو زوال المجتمع التقليدي في الشرق الأوسط بناء على المادة التي جمعها له مركز الأبحاث التطبيقية في جامعة كولومبيا الأمريكية عن ست دول في الشرق الأوسط، وبناء على المادة التعليمية التي حصل عليها عن 54 دولة "على أن هناك مراحل محددة يمر بها المجتمع ليصل إلى المرحلة الحديثة، المدينة تتسع لتشمل القرى المجاورة، نسبة أكبر من الأفراد تتعلم القراءة، وتتعلم كيف تكون أراء، نسبة أكبر تشتري الصحف وتستمع إلى الراديو، ونسبة أكبر تكتسب القدرة على التقمص الوجداني أي تصور نفسها في مواقف وظروف الآخرين، ثم يتسع نطاق المساهمة السياسية والاقتصادية .

ونظرية لرنر مستخلصة من التاريخ، فقد وجد من استعراضه لتطور الديمقراطيات الغربية أن عملية التحضر أظهرت بعض التسلسل والخصائص التي يمكن أن نعتبرها عالمية، أي تحدث في جميع المجتمعات، ففي كل مكان حدث فيه الانتقال إلى المدن زادت نسبة المتعلمين، وزيادة نسبة المتعلمين رفعت نسبة من يتعرضون لوسائل الإعلام، وزيادة التعرض لوسائل الإعلام سارت موازية لاتساع المساهمة الاقتصادية، أي الدخل القومي، والمساهمة السياسية أي الانتخاب، هذا التسلسل الذي حدث في الديمقراطيات الغربية هو حقيقة تاريخية، وقد صحت تلك التطورات التي تظهر في التطور التاريخي خاصة سيكولوجية هي مقدرة الأفراد على تصور أنفسهم في ظروف الآخرين، فقد تميز الغرب في مراحل تطوره الأولى بأنه كان يتسم بأوضاع غير ثابتة، فقد حدثت فيه هجرات مستمرة للوصول إلى أرض جديدة، يستطيع الناس أن يحققوا فيها ربحاً وأصبح الأفراد الذين تركوا أوطانهم يتميزون بشخصيات متحركة، وبقدرة عالية على استيعاب الجوانب الجديدة في الظروف المحيطة

فقد تحركوا وهم مهينون ومجهزون لاستيعاب مطالب جديدة عليهم يفرضها محيطهم الخارجي الجديد، أشياء قد لا يكونون قد جربوها من قبل هذا الاستعداد جعلهم قادرين على التقمص الوجداني .

المجتمع التقليدي مجتمع لا يساهم أفرادُه في أوجه النشاط السياسي والقرباية هي أساس التعامل فيه، وجماعاته الصغيرة منعزلة بعضها عن بعض وعن المركز العاصمة، حاجات المجتمع التقليدي قليلة، فليس هناك تبادل تجاري بين أجزائه المختلفة، وبدون الروابط التي تنشأ نتيجة لاعتماد أجزاء المجتمع بعضها عن البعض يضيق أفق الأفراد، وتقل قدراتهم على التحليل، لأن اختلاطهم بالآخرين بسيط، إن لم يكن معدوماً، لذلك فإدراك أفراد ذلك المجتمع للحوادث يقتصر على ما عرفوه من خبراتهم القليلة السابقة المحصورة في نطاق مجتمعاتهم الصغيرة، وهم غير قادرين على فهم ما لم يجربوه بشكل مباشر، كما أن معاملاتهم مقصورة على الأفراد الذين يتصلون بهم مباشرة في علاقاتهم الشخصية، لذلك لا تظهر الحاجة إلى المناقشة بين الأفراد والجماعات في الأمور العامة، التي تتصل بالدولة والنظريات السياسية، أي أن الفرد لا يحتاج للنقاش وتبادل الآراء لكي يتفق مع الآخرين الذين لا يعرفهم، كما أن المجتمع لا يحتاج إليه للوصول إلى الإجماع في الرأي حول الشؤون العامة، لأن تجربة الفرد محدودة بحدود النطاق المحلي جداً، ولا يستطيع ذهنه أن يتصور أنه ينتمي إلى دولة كبيرة وقد سأل ثرنر في دراسته عينة مكونة من 1357 فرداً من الشرق الأوسط تسعة أسئلة فيها إسقاط مثل :

إذا كنت رئيساً للحكومة أو محرراً في جريدة أو مديراً لمحطة إذاعة، فما هي الأشياء التي كنت تفعلها ؟ وقد وجد ثرنر أن الأفراد التقليديين يصابون بصدمة من هذا النوع من الأسئلة، ويتعجبون كيف توجه إليهم، أما الذين



تميزون بمقدرة على التقمص الوجداني، فكانوا يتمتعون بشخصيات متحركة وقد جعلهم ذلك أكثر قدرة على التعبير بأراء عن موضوعات في مجالات كثيرة لا شك أن وسائل الإعلام هي التي زادت من مقدرة الأفراد على التحرك النفساني أو تخيل أنفسهم في مواقف لم يجربوها. وفي أماكن غير الأماكن التي اعتادوا رؤيتها، كما عودت أذهانهم على تصور تجارب أوسع من تجاربهم المباشرة المحدودة، وعلى تخيل مناطق لم يشاهدوها .

هذه الخاصية هي التي تميز الإنسان الذي يتغير في المجتمع المتطور، فهو عادة يتميز بشخصية متحركة لها مقدرة على التقمص الوجداني .  
 وحينما يظهر عدد كبير من الأفراد لهم القدرة على التقمص الوجداني في مجتمع من المجتمعات، نعرف أن هذا المجتمع في سبيله إلى التطور السريع.  
 فليرنر يرى أن التقمص الوجداني هو الخاصية التي تمكن العناصر الجديدة المتحركة Mobile من العمل بكفاءة في العالم المتغير، ويرى أنها مهارة لا غنى عنها للشعب الذي يتخلص من الإطار التقليدي، فالقدرة على التقمص الوجداني هي أسلوب الحياة السائد الذي يميز الأفراد في المجتمع الحديث المجتمع الذي يتميز بصناعة متطورة، المجتمع الذي تعيش نسبة كبيرة من سكانه في المدن، المجتمع الذي ترتفع فيه نسبة التعليم، وتزداد نسبة الذين يساهمون من أفراد في الحياة السياسية .

#### وسائل الإعلام وسيلة لمضاعفة التحرك The Mobility Multiplier

بفضل وسائل الإعلام أصبح في إمكان الفرد أن ينتقل من مكان إلى آخر نفسانياً، أي أصبح في إمكانه أن يتخيل نفسه في ظروف غريبة وأماكن جديدة، فبدلاً من أن ينتقل الأفراد مادياً من مكان إلى آخر، وهو أمر يتوفر لفئة قليلة فقط، ويكون من أسباب نموهم النفساني والذهني، تدخل وسائل الإعلام

جميع المناطق النائية منها والقريبة، في المجتمعات النامية، وتنقل الأفراد الذين لم يغادروا أبداً مكان مولدهم نفسانياً إلى العالم الخارجي، وتنشط خيالهم وتشير طموحهم، أي أن وسائل الإعلام تنمي القدرة على التقمص الوجداني، عند الأفراد لأنها تجعل التحرك النفساني يحل محل التحرك المادي الفعلي، ونظراً لأن التحضر حالة ذهنية واستعداد للتغيير والتكيف، نجد أن وسائل الإعلام بمساعدتها على تغيير تطلعات الأفراد وأفاقهم تقدم خدمة ضرورية لنمو المجتمع الحديث، وتطور المجتمع التقليدي، وقد أنتشر التقمص الوجداني في وقتنا الحالي على نطاق واسع بفضل انتشار وسائل الإعلام، بينما كانت الخبرة في الماضي تتوافر أساساً عن طريق الانتقال بوسائل المواصلات، من مكان إلى آخر أصبح الأساس اليوم هو الخبرة التي تنتشر عن طريق وسائل الإعلام، وربما كان هذا هو السبب الذي دفعنا للحديث عن التقمص الوجداني في الباب المخصص لوسائل الإعلام .

### نظريات الإعلام والسلطة:

يقصد بنظريات الإعلام خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال الجماهير بهدف تفسير ظاهرة الاتصال والإعلام ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع، فهي توصيف للنظم الإعلامية في دول العالم على نحو ما جاء في كتاب (نظريات الصحافة الأربع) لبيترسون وشرام .

علاقة نظريات الإعلام بفلسفة الإعلام :

هناك علاقة بين نظريات الإعلام وفلسفة الإعلام، وفلسفة الإعلام هي بحث العلاقة الجدلية بين الإعلام وتطبيقاته في المجتمع، أي تحليل التفاعل بين أسس الإعلام كعلم وبين ممارساته الفعلية في الواقع الاجتماعي، ويرى النظريون أن نظريات الإعلام جزء من فلسفة الإعلام، لأن فلسفة الإعلام أعم واشمل من النظريات، وكثيراً ما شاع استخدام نظريات الإعلام باعتبارها فلسفة



الإعلام أو مذاهب الإعلام، ولكن في واقع الأمر أن استخدام تعبير نظريات الإعلام كان في مجمله انعكاسا للحديث عن أيديولوجيات ومعتقدات اجتماعية واقتصادية أو الحديث عن أصول ومنايع العملية الإعلامية (مرسل، ومستقبل ووسيلة... الخ).

وترتبط النظريات بالسياسات الإعلامية في المجتمع، من حيث مدى التحكم في الوسيلة من الناحية السياسية، وفرص الرقابة عليها وعلى المضمون الذي ينشر أو يذاع من خلالها، فهل تسيطر عليها الحكومة، أم لها مطلق الحرية أم تحددها بعض القوانين وفيما يأتي تلخيص لأهم نظريات الإعلام :

### 1- نظرية السلطة :

ظهرت هذه النظرية في إنجلترا في القرن السادس عشر، وتعتمد على نظريات أفلاطون وميكافيللي، وتري أن الشعب غير جدير بأن يتحمل المسؤولية أو السلطة، فهي ملك للحاكم أو السلطة التي يشكلها.

وتعمل هذه النظرية على الدفاع عن السلطة، ويتم احتكار تصاريح وسائل الإعلام، حيث تقوم الحكومة على مراقبة ما يتم نشره، كما يحظر على وسائل الإعلام نقد السلطة الحاكمة والوزراء وموظفي الحكومة، وعلى الرغم من السماح للقطاع الخاص على إصدار المجالات إلا أنه ينبغي أن تظل وسائل الإعلام خاضعة للسلطة الحاكمة .

وتمثل تجربة هتلر وفرانكو تجربة أوروبية معاصرة، في ظل هذه النظرية وقد عبر هتلر عن رؤيته الأساسية للصحافة بقوله :

"أنه ليس من عمل الصحافة أن تنشر على الناس اختلاف الآراء بين أعضاء الحكومة، لقد تخلصنا من مفهوم الحرية السياسية الذي يذهب إلى القول بأن لكل فرد الحق في أن يقول ما يشاء ."

ومن الأفكار المهمة في هذه النظرية أن الشخص الذي يعمل في الصحافة أو وسائل الإعلام الجماهيرية، يعمل بها ككامتيارز منحه إياه الزعيم الوطني ويتعين أن يكون ملتزماً أمام الحكومة والزعامة الوطنية .

## 2- نظرية الحرية :

ظهرت في بريطانيا عام 1688م ثم انتشرت إلى أوروبا وأمريكا، وترى هذه النظرية أن الفرد يجب أن يكون حراً في نشر ما يعتقد أنه صحيحاً عبر وسائل الإعلام، وترفض هذه النظرية الرقابة أو مصادرة الفكر .

ومن أهداف نظرية الحرية تحقيق أكبر قدر من الربح المادي من خلال الإعلان والترفيه والدعاية، لكن الهدف الأساسي لوجودها هو مراقبة الحكومة وأنشطتها المختلفة من أجل كشف العيوب والفساد وغيرها من الأمور، كما أنه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تمتلك الحكومة وسائل الإعلام، أما كيفية إشراف وسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية فيتم من خلال عملية التصحيح الذاتي للحقيقة في سوق حرة، بواسطة المحاسبة .

وترى هذه النظرية أن وسائل الإعلام وسيلة تراقب أعمال وممارسات أصحاب النفوذ والقوة في المجتمع، وتدعو هذه النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الإعلام، كحق مشروع للجميع .

## نقد النظرية :

لقد تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات والانتقادات، حيث أصبحت وسائل الإعلام تحت شعار الحرية تُعرض الأخلاق العامة للخطر، وتقحم نفسها في حياة الأفراد الخاصة، دون مبرر، وتبالغ في الأمور التافهة من أجل الإثارة وتسويق المادة الإعلامية الرخيصة، كما أن الإعلام أصبح يحقق أهداف



الأشخاص الذين يملكونه على حساب مصالح المجتمع، وذلك من خلال توجيه الإعلام لأهداف سياسية أو اقتصادية، وكذلك من خلال تدخل المعلنين في السياسة التحريرية، وهنا يجب أن ندرك أن الحرية مطلوبة، لكن شريطة أن تكون في إطار الذوق العام، فالحرية المطلقة تعني الفوضى، وهذا يسيء إلى المجتمع ويمزقه .

### 3- ن نظرية المسؤولية الاجتماعية :

بعد أن تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات، كان لابد من ظهور نظرية جديدة في الساحة الإعلامية، فبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيباً على آداب المهنة، وذلك بعد أن استخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة، مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية .

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة ونلاحظ أن هذه المعايير تفتقد إليها نظرية الحرية ويجب على وسائل الإعلام في إطار قبولها لهذه الالتزامات أن تتولى تنظيم أمورها ذاتياً في إطار القانون والمؤسسات القائمة ويجب أن تكون وسائل الإعلام تعددية تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض، كما أن للجمهور العام الحق في أن يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عليا، وأن التدخل في شؤون وسائل الإعلام يمكن أن يكون مبرره تحقيق هذه المصلحة العامة، أضف إلى ذلك

أن الإعلاميين في وسائل الاتصال يجب أن يكونوا مسئولين أمام المجتمع، بالإضافة إلى مسئولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية .

وتهدف هذه النظرية إلى رفع مستوى التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال، كما تهدف هذه النظرية إلى الإعلام والترفيه والحصول على الربح، إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى.

ويحظر على وسائل الإعلام نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ماله تأثير سلبي على الأقليات في أي مجتمع، كما يحظر على وسائل الإعلام التدخل في حياة الأفراد الخاصة . وبإمكان القطاع العام والخاص أن يمتلكا وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية، ولكنها تشجع القطاع الخاص على امتلاك وسائل الإعلام .

#### 4 - النظرية الاشتراكية :

أن الأفكار الرئيسية لهذه النظرية التي وضع أساسها ماركس وأنجلز، ووضع قواعد تطبيقها لينين وستالين، في الاتحاد السوفيتي السابق، وما تزال تطبق في بعض البلدان مثل كوريا الشمالية والصين وكوبا وغيرها، يمكن إيجازها في أن الطبقة العاملة هي التي تمتلك السلطة في أي مجتمع اشتراكي، وحتى تحتفظ هذه الطبقة بالسلطة والقوة فإنها لابد أن تسيطر على وسائل الإنتاج الفكري التي يشكل الإعلام الجزء الأكبر منها، لهذا يجب أن تخضع وسائل الإعلام لسيطرة وكلاء لهذه الطبقة العاملة، وهم في الأساس أعضاء الحزب الشيوعي .

أن المجتمعات الاشتراكية تفترض أنها مجتمعات لا طبقية، وبالتالي لا وجود لصراع للطبقات، لذلك لا ينبغي أن تنشأ وسائل الإعلام على أساس التعبير عن مصالح متعارضة حتى لا ينفذ الخلاف، ويشكل خطورة على المجتمع



### لقد حدد لينين اختصاصات الصحافة وأهدافها :

1. زيادة نجاح واستمرارية النظام الاشتراكي وبوجه خاص دكتاتورية الحزب الشيوعي .
2. يكون حق استخدام وسائل وقنوات الاتصال لأعضاء الحزب المتعصبين والموالين أكثر من الأعضاء المعتدلين .
3. تخضع وسائل الإعلام للرقابة الصارمة .
4. يجب أن تقدم وسائل الإعلام رؤية كاملة للمجتمع والعالم طبقا للمبادئ الشيوعية ووجود قوانين موضوعية تحكم التاريخ .
5. إن الحزب الشيوعي هو الذي يحق له امتلاك وإدارة وسائل الإعلام من أجل تطويرها لخدمة الشيوعية والاشتراكية .

### 5- النظرية التنموية :

نظرا لاختلاف ظروف العالم النامي، وبخاصة الدول التي ظهرت للوجود في منتصف القرن العشرين، التي تختلف عن الدول المتقدمة من حيث الإمكانيات المادية والاجتماعية، كان لابد لهذه الدول من نموذج إعلامي يختلف عن النظريات التقليدية الأربع التي استعرضناها، ويناسب هذا النموذج أو النظرية أو الأوضاع القائمة في المجتمعات النامية، فظهرت النظرية التنموية في عقد الثمانينات من القرن الماضي، وتقوم على الأفكار والآراء التي وردت في تقرير لجنة "والد برايتل" حول مشكلات الاتصال في العالم الثالث، فهذه النظرية تخرج عن نطاق بعدي الرقابة والحرية كأساس لتصنيف الأنظمة الإعلامية، فالأوضاع المتشابهة في دول العالم الثالث تحد من إمكانية تطبيق نظريات الإعلام التي أشرنا إليها في السابق، وذلك لغياب العوامل الأساسية للاتصال كالمهارات المهنية والمواد الثقافية والجمهور المتاح .

إن المبادئ والأفكار التي تضمنتها هذه النظرية تعتبر مهمة ومفيدة لدول العالم النامي، لأنها تعارض التبعية وسياسة الهيمنة الخارجية.

كما أن هذه المبادئ تعمل على تأكيد الهوية الوطنية والسيادة القومية والخصوصية الثقافية للمجتمعات؛ وعلى الرغم من أن هذه النظرية لا تسمح إلا بقدر قليل من الديمقراطية، حسب الظروف السائدة، إلا أنها في نفس الوقت تفرض التعاون وتدعو إلى تضافر الجهود بين مختلف القطاعات لتحقيق الأهداف التنموية، وتكتسب النظرية التنموية وجودها المستقل من نظريات الإعلام الأخرى من اعترافها وقبولها للتنمية الشاملة والتغيير الاجتماعي .

#### **وتتلخص أفكار هذه النظرية في النقاط التالية :**

- إن وسائل الإعلام يجب أن تقبل تنفيذ المهام التنموية بما يتفق مع السياسة الوطنية القائمة .
- إن حرية وسائل الإعلام ينبغي أن تخضع للقيود التي تفرضها الأولويات التنموية والاحتياجات الاقتصادية للمجتمع .
- يجب أن تعطي وسائل الإعلام أولوية للثقافة الوطنية واللغة الوطنية في محتوى ما تقدمه .
- أن وسائل الإعلام مدعوة في إعطاء أولوية فيما تقدمه من أفكار ومعلومات لتلعب الدول النامية الأخرى القريبة جغرافيا وسياسيا وثقافيا .
- أن الصحفيين والإعلاميين في وسائل الاتصال لهم الحرية في جمع وتوزيع المعلومات والأخبار .
- أن للدولة الحق في مراقبة وتنفيذ أنشطة وسائل الإعلام واستخدام الرقابة خدمة للأهداف التنموية .



## 6- نظرية المشاركة الديمقراطية :

تعد هذه النظرية أحدث إضافة لنظريات الإعلام وأصعبها تحديداً، فقد برزت هذه النظرية من واقع الخبرة العملية كاتجاه إيجابي نحو ضرورة وجود أشكال جديدة في تنظيم وسائل الإعلام، فالنظرية قامت كرد فعل مضاد للطابع التجاري والاحتكاري لوسائل الإعلام المملوكة ملكية خاصة، كما أن هذه النظرية قامت رداً على مركزية مؤسسات الإذاعة العامة، التي قامت على معيار المسؤولية الاجتماعية، وتنتشر بشكل خاص في الدول الرأسمالية .

فالدول الأوروبية التي اختارت نظام الإذاعة العامة، بديلاً عن النموذج التجاري الأمريكي كانت تتوقع قدرة الإذاعة العامة على تحسين الأوضاع الاجتماعية والممارسة العاجلة للإعلام، ولكن الممارسة الفعلية لوسائل الإعلام أدت إلى حالة من الإحباط وخيبة الأمل بسبب التوجه النخبوي لبعض منظمات الإذاعة والتلفزيون العامة، واستجابتها للضغوط السياسية والاقتصادية والمراكز القوية في المجتمع، كالأحزاب السياسية ورجال المال ورجال الفكر .

ويعبر مصطلح " المشاركة الديمقراطية عن معنى التحرر من نظام الأحزاب والنظام البرلماني الديمقراطي في المجتمعات الغربية، والذي أصبح مسيطراً على الساحة ومتجاهلاً للأقليات والقوى الضعيفة في هذه المجتمعات وتنطوي هذه النظرية على أفكار معادية لنظرية المجتمع الجماهيري، الذي يتسم بالتنظيم المعقد والمركزية الشديدة والذي فشل في توفير فرص عاجلة للأفراد والأقليات في التعبير عن اهتماماتها ومشكلاتها.

وترى هذه النظرية أن نظرية الصحافة الحرة (نظرية الحرية) فاشلة بسبب خضوعها لاعتبارات السوق التي تجردها أو تفرغها من محتواها، وترى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية غير ملائمة بسبب ارتباطها بمركزية الدولة، ومن

منظور نظرية المشاركة الديمقراطية فإن التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام لم يمنع ظهور مؤسسات إعلامية تمارس سيطرتها من مراكز قوى في المجتمع وفشلت في مهمتها وهي تلبية الاحتياجات الناشئة من الخبرة اليومية للمواطنين أو المتلقين لوسائل الإعلام .

وهكذا فإن النقطة الأساسية في هذه النظرية تكمن في الاحتياجات والمصالح والأمال للجمهور الذي يستقبل وسائل الإعلام، وتركز النظرية على اختيار وتقديم المعلومات المناسبة وحقوق المواطن في استخدام وسائل الاتصال من أجل التفاعل والمشاركة على نطاق صغير في منطقته ومجتمعه، وترفض هذه النظرية المركزية أو سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام، ولكنها تشجع التعددية والمحلية والتفاعل بين المرسل والمستقبل والاتصال الأفقي الذي يشمل كل مسؤوليات المجتمع ووسائل الإعلام التي تقوم في ظل هذه النظرية سوف تهتم أكثر بالحياة الاجتماعية وتخضع للسيطرة المباشرة من جمهورها، وتقدم فرصا للمشاركة على أسس يحددها الجمهور بدلا من المسيطرين عليها .

#### وتتلخص الأفكار الأساسية لهذه النظرية في النقاط التالية :

1. إن للمواطن الفرد والجماعات والأقليات حق الوصول إلى وسائل الإعلام واستخدامها ولهم الحق كذلك في أن تخدمهم وسائل الإعلام طبقا للاحتياجات التي يحددهونها .
2. إن تنظيم وسائل الإعلام ومحتواها لا ينبغي أن يكون خاضعا للسيطرة المركزية القومية .
3. إن سبب وجود وسائل الإعلام أصلا هو لخدمة جمهورها وليس من أجل المنظمات التي تصدرها هذه الوسائل أو المهنيين العاملين بوسائل الإعلام .
4. إن الجماعات والمنظمات والتجمعات المحلية ينبغي أن يكون لها وسائلها الإعلامية .



5. إن وسائل الإعلام صغيرة الحجم والتي تتسم بالتفاعل والمشاركة أفضل من وسائل الإعلام المهنية الضخمة التي ينساب مضمونها في اتجاه واحد .

6. إن الاتصال أهم من أن يترك للإعلاميين أو الصحفيين .

### نظريات الإعلام في الدول النامية

إذا كانت نظريات الإعلام الغربية قد ركزت على الحقوق والحريات والتأثيرات السياسية لوسائل الإعلام، فإن النظريات التي اهتمت بتفسير واقع الأنظمة الإعلامية في دول العالم الثالث أو الدول النامية، قد ركزت على طبيعة الدور الذي ينبغي أن تسهم به وسائل الإعلام في تحقيق التنمية الشاملة والمستقلة، وتبرز في هذا الإطار نظريتان أساسيتان :

#### أولاً-النظرية التنموية :

صحافة التنمية كما يعرفها ليونارد سوسمان هي تركيز الصحفيين الموضوعيين على أخبار أحدث التطورات في مجالات التنمية المختلفة، الأمر الذي يؤدي إلى نجاح التنمية الاقتصادية وتحقيق الوحدة الوطنية .

وتتطلب صحافة التنمية من الصحفي كما يقول "ناريندر أجاروالا" أن يتفحص بعين ناقدة ويقيم ويكتب عن مدى ارتباط المشروع التنموي بالحاجات المحلية والقومية ويتفحص الاختلافات بين الخطة وتطبيقها، والاختلاف بين أثارها على الناس في تصريحات المسؤولين وبين أثارها الفعلية، ونلاحظ هنا التناقض بين الاستخدام الحكومي للصحافة في خدمة التنمية، وبين الدور الرقابي للصحافة في ظل السيطرة الحكومية بتراجع النقد وتحويل أخبار التنمية إلى دعاية سياسية للحكومة وقيادتها .

ووفق هذه النظرية تتلخص مهام وسائل الإعلام في عملية التنمية في

النقاط التالية :

- تشكيل اتجاهات الشعب وتنمية هويته الوطنية .
  - مساعدة المواطنين على إدراك أن الدولة قد قامت بالفعل على أداء التزاماتها على الوجه الأكمل .
  - انتهاج سياسات تقرررها الحكومة بهدف المساعدة في تحقيق التنمية الوطنية .
  - تشجيع المواطنين على الثقة بالمؤسسات والسياسات الحكومية مما يضمن الشرعية على السلطة السياسية ويدعم مركزها .
  - الإسهام في تحقيق التكامل السياسي والاجتماعي من خلال تجنب الصراعات السياسية والاجتماعية وإحباط أصوات التشردم والتفرقة والتخفيف من التناقضات في القيم والاتجاهات بين الجماعات المتباينة .
  - المساعدة في الاستقرار والوحدة الوطنية وتغليب المصلحة الوطنية على المصلحة الذاتية .
  - إبراز الإيجابيات وتجاهل السلبيات وتقليل حجم النقد إلى حجه الأدنى .
- وتأسيساً على ذلك تبرز قضية سوء استخدام صحافة التنمية خاصة في إطار الاحتكار الحكومي للصحف، حيث تتحول طاقات الصحف لخدمة هدف تدعيم مركز السلطة السياسية وتصبح أهداف التنمية الوطنية ذات أهمية ضئيلة، وتتحول حرية الصحافة كما يشير "جراهام مايتون" لتبدو نوعاً من الترف الفكري في نظر المتحمسين لمفهوم صحافة التنمية، ويوضح فاروق أبو زيد أنه في الدول العربية التي ادعت ضرورة توجيه الصحافة لخدمة التنمية والقضايا القومية انتهى الأمر بتوظيف الصحف لتدعيم النظام السياسي الحاكم والترويج لأفكاره والدفاع عن سياساته .
- وهكذا فلم تلب هذه النظرية واقع الأنظمة الاتصالية في دول العالم الثالث، الأمر الذي يؤكد الضرورة إلى صياغة نظريات جديدة من إنتاج مفكري العالم الثالث، بحيث تخاطب الواقع بمفهومه وتعقيداته المتشابهة .



## ثانياً نظرية التبعية الإعلامية :

ظهرت هذه النظرية في دول أمريكا اللاتينية، في حقبة ما بعد الاستقلال  
مكرر فعل لإخفاق نظريات التحديث الغربية في تفسير أسباب التخلف في الدول  
النامية، وتتلخص في أن ما تقدمه الدول الصناعية من تكنولوجيا إعلامية  
وأنظمة وممارسات مهنية إعلامية ومواد وبرامج إعلامية للدول النامية  
لاستهلاكها يعمل على صنع وتعميق التبعية الإعلامية لهذه الدول، وزيادة  
اعتمادها على الدول الصناعية المتقدمة .

ويقول أهم منظري هذه النظرية "شيلر وماتلارات ويويد باريت أن هذه  
التكنولوجيا والأنظمة والممارسات الإعلامية المنقولة من دول العالم المتقدم تعمل  
على تشويه البنيات الثقافية في دول العالم النامي، وتسهم في إحداث سلبيات  
عديدة مثل خلق الثقافة المهجنة والتغريب الثقافي والغزو الثقافي، وفي هذا الإطار  
جاءت جهود منظمة اليونسكو التي أسهمت في تقديم منظور نقدي يتميز  
بالشمول والموضوعية في محاولة لتجاوز الرؤى الجزئية التي تسعى إلى تسييد  
الرؤية الغربية في الإعلام والاتصال، مما ترتب عليه تجاهل وإغفال الحقوق  
الاتصالية لشعوب الجنوب، ولقد حرصت لجنة "ماكبرايد" على طرح تصور  
شامل يتضمن رؤية ومطالب دول الجنوب في مجال الاتصال والإعلام حيث أبرز  
تقريرها ضرورة المبادرة إلى تطوير المفهوم التقليدي السائد عن سياسات الاتصال  
والعمل على تغيير الهياكل الاتصالية السائدة والأخذ بالنظام المفتوح في  
الاتصال الذي يتيح إشراك الجماهير في العملية الاتصالية، وتكشف لنا النظرة  
المتعمقة لتجارب العالم الثالث حقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في  
تشكيل اتجاهات الرأي العام بصورة خادعة ومضللة ومستهدفة في الأساس إضفاء  
الشرعية على السياسات الاستبدادية للسلطات السياسية الحاكمة، واعتمادها

على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات التي تتحكم فيها الشركات متعددة الجنسيات، إلى جانب القوى المحلية ذات النفوذ السياسي والاقتصادي .

نخلص مما سبق إلى أن نظرية التبعية الإعلامية قد أعطت اهتماماً متزايداً للأبعاد الثقافية والتاريخية والدولية في تفسيرها للعلاقة بين وسائل الإعلام والسلطة السياسية ودورها في إطار التبعية الإعلامية والغزو الثقافي .. إلا أنه يؤخذ عليها مبالغتها في تقدير أهمية المتغيرات الخارجية وتأثيرها في الأنظمة والسياسات الاتصالية لدول العالم الثالث، الأمر الذي يقلل كثيراً من أهمية المتغيرات الداخلية فبالرغم مما تمثله الضغوط الدولية من أهمية إلا أن صياغة السياسات الإعلامية مسؤولية وطنية في المقام الأول ويفترض فيها أن تعكس الإرادة الشعبية تصون الذاتية الثقافية .

وأياً كان الأمر فإن نظرية التبعية الإعلامية في حاجة إلى جهود جديدة لمراجعتها على ضوء المتغيرات الدولية التي برزت في أواخر الثمانينيات، ابتداءً بانتهاء الشيوعية وسقوط القطبية الثنائية ومروراً بالنظام العالمي الجديد، وما سمي بعولمة الاقتصاد والسياسة، وانتهاءً بالثورة التكنولوجية في عالم الاتصال والحديث عن عولمة الثقافة وصراع الحضارات .

ويمكننا أن نحدد الأنظمة الإعلامية السائدة في العالم الثالث على النحو

التالي :

- نظام إعلامي يقع تحت سيطرة الدولة في إطار مفهومي التنمية والوحدة الوطنية والرقابة تكون صارمة على المضمون .
- نظام إعلامي موجه من الدولة تكون الوظيفة الأساسية للصحافة تعبئة الجماهير من أجل التنمية وتدعيم الوحدة الوطنية فتحل المسؤولية القومية محل المسؤولية الاجتماعية .



- نظام إعلامي مستقل تتمتع فيه الصحافة بقدر من الحرية بعيداً عن التدخل المباشر للحكومة وتستطيع الصحافة في ظلّه أن تظهر استقلالية عنيفة في مواجهة الضغوط الحكومية .
- ولعل هذا التصنيف أكثر مرونة في تصنيف الأنظمة الإعلامية في العالم الثالث، فمن الصعب إخضاعها لتصنيفات جامدة نظراً لما تتضمنه من تناقضات وتعقيدات .

## الفصل الثانى

### الأصول النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام



### مدخل الاستخدامات والاشباع

- الاستخدامات : وتعني استخدام الجمهور للوسيلة الاعلامية
- الاشباع : وتعني اشباع احتياجات الجمهور المتلقي من مضمون الوسيلة الاعلامية

### النشأة

نشأت نظرية (مدخل) الاستخدامات والاشباع على يد (اليهو كاتز) العام 1959 ، حيث تحول الانتباه من الرسالة الاعلامية الى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة ، وبذلك انتفى مفهوم قوة وسائل الاعلام الطاغية ، حيث كان الاعتقاد بأن متابعة الجمهور لوسائل الاعلام تتم (وفقاً للتعود على الوسيلة الاعلامية وليس لأسباب منطقية)<sup>(1)</sup> كمن نظرية (مدخل) الاستخدامات والاشباع له رؤية مختلفة تكمن في ادراك تأثير الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الاعلام وتحكم عملية استخدام جمهور المتلقين للوسيلة الاعلامية عدة عوامل معقدة ومتشابكة من بينها الخلفيات الثقافية ، الذوق الشخصي للفرد ، أسلوب الحياة ، السن ، الجنس ، مقدار الدخل ، مستوى التعليم ، المستوى الاقتصادي

اذ ( أن لكل هذه المتغيرات أو لبعضها تأثير على اختيارات الفرد للمضامين الاعلامية التي يريد متابعتها )<sup>(2)</sup> وبذلك تم تحويل اهتمام الباحثين الاعلاميين من الاهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور الى ما يفعله الجمهور بالرسالة ومن هنا يختلف هذا (المدخل) عما سبقه حيث انه يركز على خصائص الجمهور ودوافعه انطلاقاً من مفهوم الجمهور (الايجابي) الذي

<sup>(1)</sup> نهى عاطف العير / أطفالنا والقرات الفضائية / الاكاديمية الدولية لعلم الاعلام / دراسة ميدانية / القاهرة / 2005 ص 18

<sup>(2)</sup> Origins , methods and : Werner , Sevrin . James , W . Communication Theories '2' uses in the media / New york / HastingsHouse Oublishens / 1992 p . 250

(يستخدم) رسالة إعلامية معينة لـ (اشباع حاجة أو حاجات معينة) أو لتحقيق منفعة ما بعيداً عن مقولة (التعود) ، وبهذا أصبح على القائمين بمهمة الاعلام جهداً مضاعفاً وهو التعرف على اتجاهات وأذواق المتلقين بالإضافة الى (صنع الرسالة الاعلامية التي تتناسب مع توجهات ورغبات واحتياجات جمهور المتلقين ورغبات وامكانات الاعلامي)<sup>(1)</sup>.

واستناداً الى فروض مدخل (الاستخدامات والاشباعات) فإن الجمهور المتلقي يقوم باختيار المادة الاعلامية التي يرى انها تشبع احتياجه ومن ثم يتم اختيار الوسائل أو الرسائل الاعلامية التي تشبع تلك الاحتياجات ويمكن الاستدلال على المستوى والمعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما (من خلال التعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال مضمون الرسالة الاعلامية التي تؤديها هذه الوسائل)<sup>(2)</sup>.

وقد تجاوز مدخل الاستخدامات والاشباعات المفهوم الذي كان سائداً بأن الجمهور هو مجرد متلقي سلبي، فبظهور هذا المدخل ظهر أيضاً مفهوم (الجمهور النشط) الذي يبحث عن المضمون الاعلامي الذي يلبي (اشباعاته) ويناسبه من حيث الثقافة والدخل والجنس والتوجه (وبات هذا الجمهور يتحكم باختيار الوسيلة الاعلامية التي تقدم المضمون الذي ينشده)<sup>(3)</sup>، الأمر الذي تجدر الإشارة اليه هنا هو أن المضمون الاعلامي الواحد يحقق اشباعات متفاوتة لدى

<sup>(1)</sup> ملقن . ب . ديفيلير / نظريات وسائل الاعلام / ترجمة كمال عبد الرؤوف / دار العربية للنشر والتوزيع / القاهرة ص 235

<sup>(2)</sup> فريج الكامل / بحوث الاعلام والرأي العام ، تصميدها وجرلاها وتحليلها / دار النشر للجامعات / القاهرة 2001 ص 88

(3) Watson , James : Media Communication / Hong Kong / Macmillan Press . 1998 / P . 62



فئات من الجمهور ، فمثلاً برنامج يحوي مشاهد عنف ( قد يكون مادة ترفيهية بالنسبة للبعض ومادة تعليمية بالنسبة للبعض الآخر )<sup>(1)</sup> والعكس صحيح أيضاً وذلك استناداً الى الدوافع التي حدث بالمتلقي الى التعرض لهذا البرنامج أو ذلك وهذا يتوقف بالطبع على (الاشباعات) التي يحققها هذا (التعرض) بالنسبة للمتلقي.

وعليه فإن نظرية (مدخل) الاستخدامات والاشباعات تختلف عن سابقتها من النظريات والمدخل من كونه تناولاً بتركيز مكثف (خصائص الجمهور الذي يتعرض للوسيلة الاعلامية من حيث الخصائص والدوافع بعيداً عن مقولة التعود والقبول بما يقدم له)<sup>(2)</sup>.

### مراحل التطور

- يمكن رصد ثلاث مراحل لتطور مدخل ( الاستخدامات والاشباعات ) وهي
- ♦ **مرحلة الطفولة** ويتم فيها اختيار المتلقين أشكالاً مختلفة مما يقدم من محتوى في الوسيلة الاعلامية وقد امتدت هذه المرحلة من خلال عقدي الاربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي
- ♦ **مرحلة المراهقة** ويتم فيها التركيز على المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤدي الى اختيار انماط مختلفة من الوسائل الاتصالية اعتماداً على ما تتيحه من استخدامات وما تحققه من اشباعات (أي أن جمهور المتلقين يتجه الى اختيار وسيلة اتصالية معينة ومحدودة لاشباع حاجات معينة ومحددة لديه أيضاً)<sup>(3)</sup> وقد امتدت هذه المرحلة خلال عقد الستينيات من القرن الماضي

<sup>(1)</sup> أماني فهمي / دوافع استخدام المرأة المصرية لتقنيات التلفزيون التولية / المجلة المصرية لبحوث الاعلام / العدد الثاني / القاهرة / 1997 ص 121 - 123

<sup>(2)</sup> Mcquail , Denis , Mass communication Theory : an introduction / London : Sage Publications / 2000 / P . 368

<sup>(3)</sup> هبة شاهين / استخدام الجمهور المصري للتقنيات الاتصالية العربية / دراسة تحليلية مبدئية ، رسالة دكتوراه غير منشورة / القاهرة - كلية الاعلام جامعة القاهرة / 2000 ص 239

- ♦ **مرحلة تكون الشخصية (البلوغ)** ويتم التركيز فيها على الاشباكات المتحققة من مشاهدة وسائل الاتصال وقد امتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينيات من القرن الماضي وحتى وقتنا الحاضر

### الأهداف والفروض

- حقق مدخل ( الاستخدامات والاشباكات ) عدة أهداف منها
- إيجاد تفسير لكيفية استخدام المتلقين للوسائل الاعلامية على اختلافها بهدف اشباع حاجات معينة لديهم
  - فهم دوافع المتلقين في التعرض للوسائل الاتصالية وأنماط التعرض المختلفة
  - الوقوف على ما يترتب من نتائج على مشاهدة وسائل الاتصال
  - الفروض التي يحققها مدخل (الاستخدامات والاشباكات) فهي
  - يستخدم الجمهور المتلقي المعروض الاعلامي بما يحقق اشباعاً لاحتياجاته
  - تمكن (الجمهور النشيط) من تحديد دوافعه واحتياجاته ( وبالتالي تمكنه أيضاً من اختيار الوسيلة الاعلامية التي تحقق له ذلك)<sup>11</sup>.
  - يمكن أن تعطي استخدامات المتلقين للوسيلة الاتصالية دلالة واضحة على المستوى الثقافي للمجتمع الذي يعيش فيه هؤلاء المتلقين
  - يعبر استخدام الجمهور (النشيط) لوسيلة اعلامية معينة عن ادراكه لامكانية هذه الوسيلة في تلبية احتياجاته
  - تتنوع الحاجات بتنوع واختلاف الأفراد من حيث الحس والادراك والمستوى الثقافي والاجتماعي والسياسي (وبالتالي تتنوع وسائل الاتصال التي يستخدمها الجمهور لاشباع الحاجات)
  - يتجه الجمهور (النشيط) الى تكملة بنية احتياجاته من خلال وسائل وقنوات اتصالية أخرى مثل الأندية والسينما والملتقيات الثقافية عند احساسه بقصور

<sup>11</sup> محمد عبد الحميد / البحث العلمي في الدراسات الاعلامية / القاهرة / 2000 ص 15



وسائل الاتصال المتاحة عن تلبية احتياجاته، وهذا ما يوجد حالة تنافسية بين الجانبين ( وسائل الاتصال والقنوات الأخرى )

### أهم نماذج المدخل

#### نموذج كاتز وزملائه<sup>(1)</sup>

يرى كاتز أن المواقف الاجتماعية للجمهور هي التي تحدد العلاقة بين المتلقين والوسيلة الاتصالية القادرة على تلبية احتياجاتهم ، والصراع الاجتماعي يشكل ضغطاً على المتلقي يدفعه الى البحث عن وسيلة الاعلام التي تلبى احتياجاته

#### نموذج ويندال<sup>(2)</sup>

يتناول ويندال في نموذج العلاقة بين كل من (الاستخدامات) و (الاشباع) والعلاقة الرابطة بينهما ، ويرى في نموذج هذا أن ( المتلقي يرسم مسبقاً توقعات لما يمكن أن يحققه ( مضمون ) الوسيلة الاعلامية المستهدفة بعد اجراء مفاضلة بين هذه الوسيلة المختارة والوسائل الأخرى نموذج روزنجرين<sup>(3)</sup>.

يتناول النموذج مجموعة العوامل التي يتشكل منها مدخل (الاستخدامات والاشباع) وهي الحاجات الاجتماعية والبيولوجية والنفسية الموجودة لدى الانسان حيث تتفاعل هذه الحاجات مع الاطار المجتمعي وخصائص الفرد ، وهنا يلجأ الفرد الى الوسيلة الاعلامية التي يرى في مضمونها حلاً لمشكلاته واشباعاً لحاجاته

<sup>(1)</sup> محمد عبد الحميد/ نظريات الاعلام واتجاهات التأثير / مصدر سابق..

<sup>(2)</sup> Windhal . G . Uses and Gratification at the crossroad Mass Communication Revie . USA : sage publishcation , 1981 : P 203

<sup>(3)</sup> حسن عماد مكاوي - ساسي التريفي / نظريات الاعلام / مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح / 2000م 189 و 209

## عناصر المدخل

يتكون مدخل الاستخدامات والاشباكات من العناصر التالية

### ١- مفهوم الجمهور غير الخامل (النشيط).

قديمًا اعتبرت بعض النظريات الإعلامية مثل نظرية (الرصاصة) التي جاء بها (ولبر شرام) أو نظرية (الحقنة تحت الجلد) الجمهور المتلقي (متلقيًا) سلبيًا يقبل مائة بالمائة الرسائل التي تبثها الوسائل الإعلامية ، لكن مع ظهور مدخل (الاستخدامات والاشباكات) ظهر مفهوم الجمهور غير الخامل (النشيط) الذي يبحث عن المضمون الإعلامي المناسب له الملبي لحاجاته ، حيث بات هذا الجمهور يتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم هذا المضمون أو المحتوى ويعرف ذلك ب (الانتقاء النسبي) أو ب (توقع المكافأة) وهو الموازنة بين قدر الاشباكات الذي سيحصل عليه الفرد في مقابل المجهود المبذول للحصول على هذا الاشباكات<sup>(١)</sup> ويتحدد مفهوم الجمهور النشيط بما يلي

- الانتقائية في الاختيار حيث يقوم الجمهور باختيار وسيلة اتصالية معينة ويختار التعرض لمضمون معين فيها ( ويمتد مفهوم الانتقائية ليشمل مرحلتين : الإدراك والتذكر )<sup>(٢)</sup>.
- الانتفاع حيث أن جمهور وسائل الاتصال يختار المضمون الذي يشبع حاجات ودوافع معينة
- الاختيار المتعمد : يعتمد أفراد الجمهور اختيار وسيلة إعلامية معينة لاشباكات حاجة ما ، ومصدرها هو خصائص فردية واجتماعية وثقافية لجمهور الوسيلة الإعلامية

<sup>(١)</sup> Mcquial , Denis USA – Mcgrawhill , 2002 . P . 149

<sup>(٢)</sup> صفا فوزي / علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الإلكترونية - دراسة ميدانية على عينة من أطفال الريف والحضر بين ( 12 - 18 ) سنة / رسالة ماجستير / القاهرة / 2003 من 167 - 195



- **الاستغراق :** ويحدث على المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي، حيث أن استغراق الجمهور مع المضامين الإعلامية وخاصة التلفزيون (يعتمد على مدى توحيد الجمهور مع الشخصيات التلفزيونية) <sup>(1)</sup>.
- **محدودية التأثير :** هناك محدودية في تأثير وسائل الاتصال على تفكير الجمهور وسلوكه (فالجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أي شيء أو أحد) <sup>(2)</sup>. وطورت ( بين - 1990 ) <sup>(3)</sup>

### مفهوم نشاط الجمهور الى ثلاث مراحل هي

- **المرحلة الأولى** تتم قبل التعرض ، وتتمثل في التخطيط المسبق قبل التعرض للوسيلة الاتصالية
  - **المرحلة الثانية :** تتم أثناء التعرض وتتمثل في الاستغراق في المضمون الذي يتم التعرض اليه
  - **المرحلة الثالثة:** تتم بعد التعرض وتتمثل في الاستفادة من المضمون الذي تم التعرض اليه من خلال استخدامه في الاتصال الشخصي
- 2- **الاصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال**
- يعود الفضل في اكتشاف العلاقة بين الاصول الاجتماعية والنفسية ودوافع التعرض لوسائل الاتصال الى الباحثة ( ماتيلدا رايلي ) حيث تناولت رايلي هذه الاصول من حيث :

<sup>(1)</sup> عادل عبد الغفار / استخدام الصورة المصرية لثرائيو والتلفزيون المحلي والنووي / رسالة ماجستير / القاهرة / 1995 ص 11 - 14

<sup>(2)</sup> هبة أمين شاهين / استخدامات الجمهور في مصر للشبكة الاخبارية المصرية / دراسة ميدانية - رسالة ماجستير / القاهرة 1996 ص 12

<sup>(3)</sup> مرهان الحلواني / اتجاهات المراهقين نحو الأفلام السينمائية التي تبثها القنوات الفضائية / المؤتمر العلمي السنوي لثالث لكتبة الاعلام / الاعلام بين المحلية والعالمية / القاهرة 1997 ص 119

#### أ- الاصول الاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال

- لا يتعامل أفراد الجمهور مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعي وإنما ( باعتبارهم أعضاء في جماعات منظمة ) وعليه فإن العوامل الديموغرافية والاجتماعية مثل : النوع، السن، المهنة، المستوى العلمي، المستوى الاجتماعي والاقتصادي لها تأثيرها في استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وبذلك ( تبين فشل مفهوم الجمهور السلبي بعد ظهور مدخل الاستخدامات والأشباع )

#### ب- الاصول النفسية لاستخدامات وسائل الاتصال

- تؤدي العوامل النفسية في بعض الأحيان الى وجود حوافز أو دوافع معينة بحاجة الى اشباع وبالتالي تحدد العديد من الاستخدامات لوسائل الاعلام حيث يقوم مدخل الاستخدامات والأشباع على افتراض أن الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضامين اعلامية مختلفة وفقاً للظروف النفسية بينهم ، حيث تعد الظروف النفسية لأفراد الجمهور مشكلات تواجههم (وتحقق مشاهدة التلفزيون مثلاً العلاج لمثل هذه المشكلات ) .

#### أنواع الحاجات المشبعة

- تعرف الحاجة بأنها افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجده حالة من الرضا والأشباع و ( تقسم الحاجات الى قسمين ) أساسية مثل الحاجات الفيزيولوجية والنفسية
- ثانوية مثل الحاجات المعرفية

#### 4 توقعات الجمهور من وسائل الاتصال

تخلق حالة الفرد الداخلية وميوله النفسية توقعات لأشباع حاجاته من



خلال التعرض الى وسائل الاتصال و (تعد التوقعات خطوة هامة في عملية التعرض لوسائل الاتصال)<sup>(1)</sup> وهو مفهوم جوهرى يتلاءم مع مفهوم (الجمهور النشط) حيث انه اذا كان على الجمهور الاختيار بين بدائل اتصالية وغير اتصالية أخرى طبقاً لاحتياجاتهم فلا بد أن يكونوا على درجة كافية من الوعي ببدايل تكون أكثر اشباعاً لاحتياجاتهم ، حيث أن السلوك الاتصالي للأفراد ينشأ من التوقعات والمعتقدات بشأن احتمال ( أن يكون لهذا السلوك اسهامه في اشباع احتياجاتهم المختلفة ) .

وبهذا تحسب عمليتي التوقع والتقييم في استخدام الوسائل الاتصالية كمدخل هام للكشف عن طبيعة المضمون الاتصالي الذي يبحث عنه الفرد لاشباع حاجاته علماً أن استخدام الجمهور لوسائل الاتصال تتغير وتتطور باستمرار مع تطور تكنولوجيا الاتصال وتعدد الوسائل الاتصالية، وكلما تعددت هذه الوسائل كلما تحسنت ظروف حرية الاختيار بما يلبي اشباع حاجات الجمهور<sup>(2)</sup>، حيث أن الجمهور المحدد بوسيلة اتصالية واحدة يكون أمامه مجال واسع للاختيار ولا تعبر مشاهدتهم للمضامين المقدمة من هذه الوسيلة عن ضرورة اشباعها لبعض الحاجات لديهم

## 5- اشباعات وسائل الاتصال

يتم وفق مدخل (الاستخدامات والاشباعات) أن يختار الجمهور من بين الوسائل الاعلامية المتاحة أمامه ومن مضامينها ما يمكن أن يشبع حاجاته ويلبي

<sup>(1)</sup> Conway , Toseph C , Rubin , Alan , Psychological Predictions of Tv viewing motivation . In : communication Research . vol . 18 , no . 4 . 1991 , P 343

<sup>(2)</sup> السيد بهنسى حسن / مدى تأثير الاتجاه السائد بوسائل الاعلام المصرية على تشكيل اتجاهات الرأي العام / المجلة المصرية لبحوث الرأي العام - العدد 13 / القاهرة / 2001 ص 12

رغباته بغية (الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الاشباكات) <sup>(1)</sup> وهناك إمكانية ربط محتوى الرسالة بالاشباكات المتحققة ، فبرامج الدراما والترفيه والمنوعات يمكن أن تحقق اشباكات مختلفة مثل التنفيس والتخلص من الملل والقلق والهروب من المشكلات اليومية

أما برامج الأخبار والمعلومات فتحقق اشباعاً معلوماتياً (يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات) <sup>(2)</sup> وتتأتى الاشباكات (المطلوبة والمتحققة) من الوسائل الاتصالية من خلال مصادر رئيسية ثلاثة تتمثل في محتوى أو مضمون الوسيلة الاعلامية من (خلال التعرض الى مضامين برامجية محددة) <sup>(3)</sup> أو تتمثل في التعرض لوسيلة اعلامية معينة ومن شأن ذلك أن يشبع احتياجات معينة للفرد المشاهد مثل الترفيه والتنفيس والاسترخاء والهروب من مشكلة ما أو تتمثل أيضاً في الاطار المجتمعي عند مشاهدة كيان يكون التعرض للوسيلة من خلال المشاركة مع آخرين كأفراد الأسرة أو الأصدقاء أو بشكل منفرد وهنا (تحل الوسيلة الاعلامية مكان هؤلاء الأفراد أو تكمل أدوارهم على أقل تقدير) (4).

#### ◆ السلبيات الموجهة والايجابيات المحققة للمدخل

السلبيات الموجهة لمدخل (الاستخدامات والاشباكات) تتمثل في الانتقادات الموجهة اليه وأولها ادعاء (المدخل) أن الجمهور يختار الوسيلة بما يحققه له (المضمون) بحرية تامة وبناء على الاحتياج فقط هو (أمر ربما يكون

<sup>(1)</sup> أشرف جلال حسن / صورة المرأة كما تعكسها الدراما في الفضائيات العربية / دراسة تحليلية ميدانية مقارنة / الدار المصرية للبحوث - القاهرة 2005 ص 492

<sup>(2)</sup> عادل فهمي البيومي / دور التلفزيون المصري في تكوين الوعي الاجتماعي ضد الجريمة / دراسة تحليلية ميدانية / رسالة دكتوراه - القاهرة كلية الاعلام - جامعة القاهرة 1993 ص 8

<sup>(3)</sup> حسين أبو شنب / استخدام الطفل الفلسطيني للقنوات الفضائية والاشباكات المتحققة / المؤتمر العلمي السنوي [نحو رعاية الفضل لطفل الريف] معهد الدراسات العليا للطفولة / جامعة عين شمس 1992 ص 432

<sup>(4)</sup> محمود الشمسي / مواقع تعرض المشاهد المصري للقنوات الفضائية في دولة الامارات العربية المتحدة - رسالة دكتوراه [المنيا - كلية الآداب - جامعة المنيا] 2002 ص 32



مبالغ فيه<sup>(1)</sup> حيث أن هناك عوامل اجتماعية واقتصادية قد تبطل ذلك وتحول دون تحقيقه ، فهذه العوامل تحد من استفادة الفرد من التكنولوجيا الاعلامية المتقدمة ، كما أن عدم توفر بدائل عديدة من الوسائل الاعلامية يلغي مفهوم الجمهور الايجابي أو النشط الذي يسعى لتحقيق أهداف محددة واشباع حاجات بعينها كما أنه يلغي مبدأ حرية الاختيار ( فليس كل سلوك اتصالي يوجهه حافز ، فالكثير من السلوك الاتصالي للجمهور هو سلوك عادي )<sup>(2)</sup> يحدده وجود وسيلة اتصالية واحدة ولا يوجد أمامها أي مجال للرفض أو الاختيار للمضمون الاتصالي المعروض ، كما أن هناك جدلاً وتساؤلاً حول قياس استخدام المتلقي للوسيلة الاتصالية والكيفية التي يتم فيها القياس وزمن الاستخدام من حيث القياس خلال وقت التعرض أم بعده وكثافة ومحدودية المشاركة

كما أن المدخل لم يفرق بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور والاشباعات التي تحققت عند المشاهدة ، علماً أن (هذا الفرق يوضح مبدأ انتقائية الجمهور للمضامين الاعلامية التي يتعرض لها)<sup>(3)</sup> ولم يشرح (المدخل) درجة الايجابية في السلوك الاتصالي لأفراد الجمهور أو مفهوم (الجمهور النشط) بوضوح ، حيث انه يمكن أن يقصد به الانتقائية قبل المشاهدة أو أثناءها أو بعدها وهذا لم يحدد في المدخل ولم يتم التطرق اليه بدقة.

<sup>(1)</sup> يسونى حماد / دور وسائل الاتصال في المشاركة السياسية - دراسة ميدانية / مركز البحوث والدراسات

السياسية / كلية الاتصال والعلوم السياسية / القاهرة 1995 ص 8

<sup>(2)</sup> Research on Audience Motives in: Journal of Broadcasting and Electronic Media / 1998 . P . 472

<sup>(3)</sup> عبد العزيز عبد الرحمن والخرون / أثر البرامج التلفزيونية على التنشئة والشباب / دراسة استطلاعية لأراء عينة من المشاهدين بالمجتمع القطري / قطر - مركز البحوث التربوية / 1994 ص 13

### ♦ أما الايجابيات المتحققة للمدخل فهي تتمثل في

- أن المدخل يمثل مرحلة بحثية متطورة ( لفهم العلاقة بين المرسل والجمهور في إطار اجتماعي )<sup>(1)</sup> وهو يهتم أيضاً في تحديد العوامل التي تؤثر في اختلاف السلوك الاتصالي للجمهور ، حيث أن دوافع مشاهدة الجمهور للمادة الاعلامية تختلف وفقاً لخصوصية كل مجتمع وظروفه المختلفة
- أن استخدام مدخل الاستخدامات والاشباع له أهمية واضحة في دراسة الجمهور الذي يتعامل مع البث المباشر والقنوات الفضائية ، حيث يتيح هذا التعامل فرص مشاهدة أوسع وبالتالي تحفز هذه المشاهدة على (ايجابية الانتقاء للمضامين الاعلامية المختلفة)<sup>(2)</sup> كما أن التناقض بين الاشباع التي يبحث عنها الجمهور والاشباع التي تتحقق بالفعل عند التعرض للوسيلة الاتصالية يمكن أن يؤدي الى تغيير في اختيارات الجمهور للوسيلة القادرة على توفير مضمون اتصالي يوفر اشباعاً لاحتياجاته
- أن اختلاف نتائج الدراسات في هذا المجال يجب أن تحسب نقطة ايجابية للمدخل وليس نقطة سلبية عليه ، حيث أن المجتمعات تختلف نظراً لخصوصية كل مجتمع واختلاف ظروف أفرادها النفسية والاجتماعية والمادية والثقافية ولهذا فإنه يمكن ( تقييم نتائج الدراسات التي طبقت على المجتمع نفسه وليس على مجتمعات مختلفة )<sup>(3)</sup> .

أن مدخل الاستخدامات والاشباع يهتم بتفسير الاستهلاك الاعلامي انطلاقاً من احتياجات الحياة اليومية التي يسعى الاستخدام الفردي لوسائل

<sup>(1)</sup> علي حسين / استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال ومدى الإنتاج الذي تنتجه / رسالة دكتوراه / القاهرة - كلية الاعلام جامعة القاهرة 1993 ص 40 .

<sup>(2)</sup> هاني عبد المحسن جعفر / استخدام الطفل في الاعلانات التلفزيونية / دراسة تحليلية وتطبيقية على الاعلانات التي يعرضها التلفزيون المصري / رسالة ماجستير - القاهرة كلية الاعلام 1991 ص 12 .

<sup>(3)</sup> هويدا محمد لطفى أحمد / تأثير الاعلانات والمسلسلات العربية على الطفل المصري / رسالة دكتوراه - القاهرة/ كلية الاعلام 1991 ص 10 .



الإعلام إلى أشياعها ، كما يضع هذا المدخل (المتلقي أمام مسؤوليته بالنسبة للمضامين الإعلامية التي يختارها) حيث يفترض (المدخل ) أن الاختلافات الموجودة بين جمهور المتلقين من حيث السن والجنس والمستوى العلمي والاجتماعي والاقتصادي تجعلهم يختارون مضامين اتصالية مختلفة لتحقيق لهم أشياعات مختلفة ، وهذا ينبع من فكرة (الجمهور النشط) الذي يستهدف الوسائل الاتصالية .

### نظرية الغرس

تأتي نظرية الغرس على أساس الاعتراف بقوة وسائل الإعلام وأثرها الاجتماعي على المتلقين انطلاقاً من فرضية (التراكم) لقياس الآثار طويلة المدى التي تتركها وسائل الإعلام خاصة التلفزيون على المتلقين عند تعرضهم لمضمون معين ومدد تعرض طويلة .

وتلتقي هذه النظرية مع مدخل (الاستخدامات والأشياعات) من حيث التأثير على المتلقي من خلال المضمون المرئي (الذي يلبي حاجة ما عند المتلقي أولاً ومن ثم التأثير بهذا المضمون ثانياً) <sup>(1)</sup> ، إذ أن كلاً من مدخل (الاستخدامات والأشياعات) ونظرية (الغرس) يقومان على أساس التأثير على (المتلقي) وأحداث قنوات جديدة لديه من خلال (غرس) تصورات وقيم جديدة وفق ما يوحي به (المضمون) الملبي لحاجات الفرد المتلقي السياسية والاجتماعية والدينية والثقافية ، ويمكن تعريف (الغرس) على أنه (زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية من خلال التعرض لوسائل الإعلام) <sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> هاني عبد المحسن جعفر / استخدام الطفل في الإعلانات التلفزيونية / دراسة تحليلية وتطبيقية على الإعلانات التي يعرضها التلفزيون المصري / رسالة ماجستير - القاهرة كلية الإعلام [1991] ص 12 .

<sup>(2)</sup> مها ثقب / دراسة استطلاعية حول أفلام السينما الروائية الموجهة للأطفال في مصر / رسالة ماجستير / معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس / 1999 ص 76 .

وقد أصبح مصطلح (الغرس) يرتبط منذ الستينيات بالنظرية التي تحاول تفسير الآثار الاجتماعية والمعرفية لوسائل الاعلام وبخاصة التلفزيون الذي يقدم عالمًا متماثلًا من الرسائل الموحدة والصور المتكررة الى الحد الذي يعتبر معه المشاهدون أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة نفسها التي يصور بها من خلال التلفزيون ، كما أن هناك ارتباطاً قوياً بين حجم المشاهدة ومعتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي بحيث تتشابه ادراكات كثيفة للمشاهدة<sup>11</sup>، وفي هذه الحالة يظهر المشاهدون ادراكات ترتبط بعالم التلفزيون أكثر من ارتباطها بالواقع الاجتماعي ، وتؤكد نظرية (الغرس) ميل العينة (كثيفة) المشاهدة الى تبني المعتقدات التي تعرض من خلال التلفزيون عن العالم الواقعي أكثر من العينة (منخفضة) المشاهدة

### أهم المفاهيم التي أضيفت الى نظرية ( الغرس )

#### هناك مفهومان هما

- الاتجاه السائد
- التضخم ( الرنين )

#### ٢- الاتجاه السائد

ويتمثل في حرص التلفزيون على تقديم (مضمون) متجانس لجذب عدد كبير من المشاهدين بعد أن يتم توفير عدد كبير من الموضوعات التي تحظى باهتمام المشاهدين ، وهذا يبدو جلياً في البرامج التلفزيونية التي وضعت بشكل يناسب الجميع لاغية في الوقت نفسه العديد من الحدود العمرية والطبقية

<sup>11</sup> ماهيناز رمزي / دور الأساليب الفنية لبرامج الأطفال التلفزيونية في تنمية فترة الطفل على فهم وتشكر المضمون / رسالة دكتوراه - القاهرة / كلية الاعلام / جامعة القاهرة / 2000 ص 81



والدينية والثقافية)<sup>(2)</sup>، ويسعى القائمون على التلفزيون أو راعي سياسته الى أن يحقق المضمون التلفزيوني المعروض صوراً ثلاثة هي :

- تلاشي وذوبان الاختلافات التقليدية بين الأفراد المعرضين للمشاهدة وهي
- الحدود العمرية والطبقية والدينية والثقافية
- اندماج المفاهيم التي يحملها المعرضون للمشاهدة في الاتجاه السائد للثقافة التلفزيونية
- تشكيل اتجاه سائد جديد يتماشى ويتناغم مع ( الاتجاه السائد للثقافة التلفزيونية أو المضمون الذي تقدمه هذه الوسيلة ) .

### ب- التضخم ( الرنين )

أن تطابق ما يراه الأفراد في عالم التلفزيون مع الواقع المحيط يزيد من تأثيرات الغرس بحيث يصبح الأفراد وكأنهم تعرضوا لجريمة مزدوجة ، وهو ما يطلق عليه التضخم أو الرنين وقد أشار العديد من الدراسات التي أجريت حول العنف التلفزيوني الى تضخم تأثير المواد التي يعرضها التلفزيون والتي تحتوي على عنف يتعرض له الأفراد الذين يعيشون في ظروف عنف غير عادية وهو (ما يؤدي الى ترسيخ مفهومهم عن الحياة لممارسة العنف)<sup>(1)</sup>.

### النظام الصحفي العربي

تنفرد الصحافة العربية بموروث سلطوي فريد بحكم نشأتها في أحضان السلطة، وتطابق ما أحدثه الاستعمار وخلفه من قيود وممارسات معادية لحرية الصحافة وقد انعكس هذا المورث السلطوي بشكل واضح على التشريعات

(2) هبة الله السمري / مشاركة الأطفال في البرامج التلفزيونية / دراسة تطبيقية في المحطة المصرية لبحوث الإعلام / العدد الثامن من سنة 2000 ص 205 .

(1) محمد محمد العنبر / الطفل ، المدرسة ، التلفزيون / دراسة تحليلية لمستوى برامج الأطفال في تلفزيون الكويت ودورها في دعم القيم المراد غرسها في طفل المدرسة . الكويت - كلية الآداب والعلوم الاجتماعية - جامعة الكويت 2000 ص 16 و ص 19 .

والسياسات والممارسات لدرجة التطابق بين الأنظمة الصحفية والأنظمة السياسية، والتعامل مع ما ينشر في معظم الصحف العربية على أنه يمثل وجهات النظر الرسمية للحكومات العربية، وسنحاول تحديد أبرز ملامح الأنظمة الصحفية العربية من خلال بعض الدراسات التي تناولت قوانين المطبوعات والصحافة العربية والعلاقة بين الصحافة والسلطة السياسية وتطور الصحافة العربية خلال مرحلتي الاستعمار والاستقلال، ففي دراسة فاروق أبو زيد للأنظمة الصحفية العربية التي اعتمدت تحليل مضمون 16 قانون للمطبوعات في بلدان عربية مختلفة، خلصت الدراسة إلى أن النظام الصحفي السلطوي يشكل الاتجاه الغالب على الأنظمة الصحفية العربية إلا أنه لا يوجد نظام صحفي عربي نقي حيث تتداخل خصائص الأنظمة الليبرالية والسلطوية والاشتراكية نتيجة الخلط القائم في الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية في المجتمعات العربية .

وفي محاولة لتطبيق نظريات الصحافة الغربية على واقع الصحافة العربية توصلت الدكتورة عواطف عبد الرحمن إلى أن هناك كثيراً من أوجه الشبه بين النظرية السلطوية وممارسات الصحافة العربية، وعلى الرغم من وجود بعض التشابه بين النظرية الاشتراكية وبين الأوضاع الإعلامية العربية إلا أنها ترى أنه من العسير أن تم يكن من المستحيل تعميم هذه النظرية .

أما النظرية الليبرالية فأنها لا تصلح للتطبيق على الصحافة العربية ولا تلائم الواقع السياسي والاقتصادي العربي الراهن حيث تسود الأمية والفقر والتخلف الاجتماعي مع شيوع الأنظمة الأوتوقراطية المتسلطة ويوضح حماد إبراهيم أن النظام الصحفي السلطوي هو النظام السائد في الوطن العربي، حيث يبرز احتكار السلطة السياسية للنشاط الإعلامي والصحفي ولا تتسع أغلب الصحف العربية إلا لوجهات النظر الرسمية والارتفاع بمكانة صانع القرار



المركزي والترويج لسياسات السلطة والتشكيك في الخصوم أو المعارضين السياسيين وتشويه صورتهم أمام الرأي العام .

وفي دراسة لدور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي انتهى بسبوتني حماده إلى أن هناك فجوة حقيقية بين النظامين السياسي والاتصالي وأن هذه الفجوة لا تلغي التبعية، وأرجع هذه الفجوة إلى ميل النظام الاتصالي إلى الإثارة والمبالغة وعدم القدرة على التعبير عن الرأي العام، وغياب المعلومات الموثوق بها من جانب السلطة السياسية وعدم اهتمام صانعي القرارات بقراءة ما تنشره الصحف والنظر إلى الاستجابة لمطالب نظام الاتصال على أنه ضعف من السلطة السياسية.

نخلص من ذلك إلى أن أزمة حرية الإعلام والصحافة في الوطن العربي لا تنفصل عن أزمة الديمقراطية حيث تسود الأنظمة السلطوية التي تضع كل السلطات في يد رئيس الدولة سواء كان ملكاً أو رئيساً أو سلطاناً أو أميراً، وفي غياب التنظيمات السياسية الشعبية والديمقراطية وفي إطار عدم التوازن بين السلطات التنفيذية والتشريعية والقضائية تحولت معظم الصحف العربية إلى أجهزة حكومية مهمتها الدعاية لأنظمة الحكم وتعبئة الجماهير وحشدتها لتأييد سياساتها وممارساتها.

ورغم ما شهدته بعض الدول العربية من تحول إلى نظام التعددية السياسية والصحفية إلا أن الأنظمة الصحفية في تلك الدول لم تتحرر حتى الآن من تراث النظرية السلطوية، حيث تهيمن الحكومة على الصحف المركزية الرسمية، وتمارس أشكالاً مختلفة من التنظيم والسيطرة مثل التحكم في تراخيص إصدار الصحف وتعيين رؤساء التحرير وتوجيه السياسات التحريرية والتحكم في تدفق المعلومات والإعلانات، علاوة على القيود القانونية التي تجيز

مراقبة الصحف ومصادرتها وتعطيلها وحبس الصحفيين إذا تجاوز حق النقد الحدود المرسومة له.

وإن كان من الطبيعي أن تسود أنظمة صحفية سلطوية في تلك الدول ذات أنظمة الحكم الوراثية والأوتوقراطية فإنه من غير المقبول أن تستمر المفاهيم الصحفية السلطوية في تلك الدول التي تأخذ بالتعدد الحزبي وتبنى المفاهيم الإعلامية والصحفية الحدي



## الفصل الثالث

### بين الثقافة والصورة

## ماهية التلفزيون اليوم

تمتلك وسائل الاعلام ، خاصة التلفزيون امكانات مهمة تستطيع من خلالها التأثير على الجمهور المتلقي ، فهي تستطيع تكوين قناعات جديدة وتفنيد أخرى قائمة واضفاء الشرعية على أمر ما من خلال الاقناع وحشد الطاقات باتجاهه ، كما أن هذه الوسائل تستطيع أن تخلق نوعاً معيناً من الجمهور يؤمن بما تطرحه حتى وإن كان يخالف قناعاته حيث أن الاتساق بين ما يطرح وتكراره يرسخان الفكرة المطروحة ويجعلانها مقبولة للتصديق والايمان بها من قبل الجمهور المستهدف

وتساهم وسائل الاتصال في التأثير المتدرج على الفرد المتلقي من حيث تكوين فكره السياسي والثقافي من خلال امداده بالمعلومات والمعارف وصولاً الى تشكيل آراءه ومعتقداته واتجاهاته ومن ثم سلوكه داخل المجتمع ويمتلك التلفزيون قدرة كبيرة على تشكيل آراء الجمهور وتكوين قناعات جديدة من خلال وسائل الاعلام المنافسة وهي الصحف والاذاعة ، لثنائية الصوت والصورة وامكاناته الكبيرة أيضاً في اضافة هالة اثارة تجلب انتباه المتلقين

وقد أصبح التلفزيون في أحيان كثيرة عاملاً مساعداً في صنع الاحداث وفي أحيان كثيرة مشاركاً فيها والجمهور المتلقي قد لا يصغي الى أية وسيلة اعلامية أخرى اذا كان ما تقوله مخالفاً لما تقوله الصورة اذ أن الصورة يمكن أن تقول ما تعجز عنه الكلمات

والتلفزيون قد لا ينقل الحقيقة كاملة أو انه يقدم شيئاً مخالفاً للواقع وهو في كل ما يعرضه يوفر عنصر التشويق ويقرب من الاقناع من خلال الواقع الجديد الذي ينقله عن الحدث ويسوقه للجمهور ، اضافة الى أن الافراط في التغطية الاعلامية يجعل الحدث مهماً وحقيقة قائمة ، وما دام ما يقدم ويعرض



هو الحقيقة في نظر الجمهور المتلقي أو أنه الأقرب إليها ، فإنه ليس على المتلقين ، خاصة إذا كانوا أميين أو أنصاف متعلمين إلا أن يصدقوا ما ينقله التلفزيون من صور بسيناريو محكم ومضمون معقول تستطيع أن تجمع آراء هؤلاء المتلقين حول المشكلة أو القضية ، وهنا يلقي المضمون التلفزيوني الأكثر جدية ووضوحاً وبعداً التجاوب الأكبر من قبل الجمهور خاصة وأن هذا الجمهور لا يتلقى معلومات مناقسة قد تنقص من مصداقية ما يشاهده ، كما أنه لا توجد لهذا الجمهور مصلحة شخصية في مقاومة أو رفض ما يعرض عليه إذا كان لا يستهدف تغيير المواقف والفناعات والآراء

وبخلاصة القول أن التلفزيون استطاع أن يتجاوز الاشكال الذي كان يواجهه الأميين وأنصاف المتقنين في الكلمة المقروءة واختها المذاعة ، حيث استطاعت الصورة التلفزيونية أن تفسر ما تعجز عنه الكلمات ، فتجاوز التلفزيون بذلك عائق الأمية لدى الأفراد وأصبح قاسماً مشتركاً لجميع فئات المجتمع على اختلاف مداركهم وثقافتهم وانتماءاتهم ، ولكن النهج المسؤول في وسائل الاعلام عامة وفي التلفزيون خاصة قد يضع (عصابة) على عيني الجمهور المتلقي ويوهمه بوجهة نظر هي غير موجودة أصلاً ، حيث أن المضمون التلفزيوني قادر من خلال استخدامه لثنائية الصوت والصورة وبطريقة فعالة عبر الخطاب المباشر على أن يخلق إحساساً لدى المشاهدين بأنهم وجهاً لوجه مع من يتحدث إليهم ويملكون أيضاً اتصالاً بصرياً وهمياً معه ، وهنا تتجلى أيضاً قدرة التلفزيون على إيجاد الاثارة وتوليدها وذلك انطلاقاً من أهم وظائفه الاتصالية المهمة ، وقد سار التلفزيون على هذا المنوال منذ بدايته وحتى الآن وبطبيعة انتقائية حيث يتم انتقاء ما سيتم تقديمه على الشاشة واتخاذ قرارات بخصوص كيفية تصويره وتنظيمه وترتيبه و (جرعات) الاثارة التي (تصب) فيه ، وهذا يوضح جزءاً من

مقدرة التلفزيون على أن ( يصدّم ) المتلقين الذين قد يعرفون مسبقاً أشياء عن الظروف والأحداث التي تم تصويرها ، ولكن لم يطلعوا عليها بصرياً وتفصيلياً .

أن للتلفزيون مكانة خاصة في حياتنا المعاصرة، فقد دخل كل بيت وأصبحنا مدمنين على مشاهدة البرامج التي تعرضها القنوات الفضائية و التلفزيون اليوم وسيلة إعلامية له مميزات وخصائص كثيرة منها أنتشاره الواسع إضافة لما يقوم به من تقديم المتعة والترفيه وإمكانيته على التأثير على الجميع كون من يشاهده كافة فئات المجتمع من فقير وغني، من متعلم وأمي من كبير وصغير، وتزداد مشاهدة التلفزيون في الدول النامية عنه في الدول المتقدمة وخاصة بين الشباب بسبب زيادة نسبة الأمية والظروف الاقتصادية الصعبة والبطالة ووقت الفراغ الكثير وعدم توفر وسائل اللهو الأخرى مما يدفع بهم إلى الجلوس طويلاً أمامه، وهو قد أصبح وسيلة مهمة للتوجيه وتزويد المواطنين بالخبرات والمهارات والقيم الإنسانية والروحية ونقل الثقافة إلى المجتمع ككل، وهو وسيلة للإنتاج الثقافي، وأن كل ما يبثه له تأثير ثقافي معين سواء كان هذا التأثير سلبياً أم إيجابياً

فلم يعد التلفزيون وسيلة للترفيه واللهو وقضاء الوقت فقط، فالיום التلفزيون وسيلة لا غنى عنها تستخدم لإيصال ما نريد إيصاله للجماهير ذات الثقافة المحدودة أو المنعدمة من قيم ثقافية وجمالية جديدة سواء من خلال الترفيه أو من خلال برامج جادة بأسلوب يسهل عليهم متابعتها فالتلفزيون من أكثر أدوات التنقيف فعالية

لقد أرتبط مضمون التلفزيون بثقافة الصورة، حيث تعمل المواد المصورة على نقل وتكوين قيم ثقافية للمشاهدين

لقد عرف مصطفى حجازي ثقافة الصورة بأنها (الثقافة التي تتوسل لغة جديدة هما لغة الصورة، وأبجدية الحواس، مما يكاد يشكل قطعية فعلية مع الثقافة



المكتوبة وعقلايتها، و ثقافة الصورة التي تقدمها محطات كبريات الشركات الإعلامية الخاصة تحولت الثقافة إلى مشروع ربحي أساساً<sup>(1)</sup>.

بينما يعرف محمد الجابري ثقافة الصورة بأنها (ثقافة إخبارية إعلامية سمعية وبصرية تصنع الذوق الاستهلاكي-الإشهار التجاري-والرأي السياسي-الدعاية الانتخابية-، وتشيد رؤية خاصة للإنسان، والمجتمع والتاريخ، إنها ثقافة الاختراق، التي تقدمها العولمة بديلاً من الصراع الأيديولوجي .إنها تسعى إلى تسطيح الوعي بهدف تكريس نوع معين من الاستهلاك، لنوع معين من المعارف والسلع والبضائع)

أن ثقافة الصورة اليوم من خلال القنوات الفضائية والتي تبثها بمضامين وأشكال متنوعة ذات تأثير عميق في كافة الاتجاهات على الجمهور المتلقي، فهي تستفاد من التطور الهائل الذي حصل ويحصل باستمرار بوسائل التقنية ولكن للأسف هذا التأثير ليس دائماً إيجابياً

أن عصرنا بلا شك جعل الإنسان متعباً من قسوة الحياة وشدة الصراع والركض لتأمين لقمة العيش، فنحن مرهقون عصبياً متوترون من نمط الحياة الجديدة، وهذا ما يجعلنا نلجأ إلى التلفزيون لساعات طويلة ونقتل من المطالعة التي كانت أساس ثقافتنا لقرون عديدة

يعود الفضل في اختراع التلفزيون إلى العالم البريطاني جون بيرد، الذي استطاع سنة 1924 نقل صورة غير واضحة لصليب صغير إلى شاشة صغيرة معلقة على حائط، عن طريق أجهزة استحدثتها، وفي سنة 1929، قدمت هيئة

(1) حصار الثقافة بين القنات الفضائية والدعوة الأصولية، بيروت، المركز الثقافي العربي، 1998م، ص12.

الإذاعة البريطانية أول إذاعة تلفزيونية لها من أستوديوها ت بيرد، وفي 14 يوليو سنة 1930 أذيعت أول تمثيلية تلفزيونية من نفس الأستوديوها ت بيرد، وفي سنة 1931، استطاع جون بيرد أن ينقل لأول مرة ب التلفزيون سباق الدريج الإنكليزي

ما أول إرسال تلفزيوني، و إرسال تلفزيون هيئة الإذاعة البريطانية في 2 نوفمبر 1936 م، لكنه توقف في سبتمبر 1939 م بسبب نشوب الحرب العالمية الثانية، واعتبر من الكماليات وخشية أن تستفيد ألمانيا من الإشعاعات في تحديد الأهداف، وفي يوليو 1947 م، أعيد إرسال التلفزيون في بريطانيا

أما في أمريكا فقد قامت شركة آر سي أي سنة 1930 م بأول تجربة إرسال من نيويورك، ثم سنة 1937 م طور العالم الأمريكي زاروكين التلفزيون باختراعه صمام الأورثيكون الإلكتروني الذي أمكن التقاط الصور التلفزيونية الواضحة والتي نقلت أول مباراة للبيسبول للجمهور الأمريكي سنة 1939 م بوضوح

### مفهوم الثقافة

كلمة جديدة في معناها قديمة في استخدامها في اللغة العربية، فكلمة تثقيف كانت تعني تهذيب قناة الرمح أو تسويتها واستقامتها، ولكنها في القرن التاسع الميلادي استخدمت من قبل أديب العربية أبو عثمان الجاحظ،

(إن كلمة الثقافة بمعنى الحذق والدراية والتهذيب قديمة في اللغة

العربية نجدها في كل معجم من معجمات اللغة السلفية والعصرية، مع الشواهد التي تدل عليها من الأحاديث والأمثال والأبيات الشعرية، ومن معانيها الغالبة -التسوية والتقويم- ولهذا تسمى الأداة التي تقوم الرماح، بالثقاف، وقد وردت في كلام ابن خلدون بمعنى قريب من معناها الشائع في العصر الحاضر



فليست هي من ابتداع الكتاب المعاصرين، وإنما أحتاج الكتاب المعاصرون إلى التمييز بين مدلول الحضارة وكلمة الثقافة بين المظاهر المادية التي تقترن بالحواسر الكبرى وعمران الثروة وبين التربية الخلقية والفكرية التي تتمثل فيما تملكه الأمم من ثمرات التهذيب والتثقيف من محصول ثروتها النفسية، وعند المحدثين من الأخلاقيين والأجتماعيين أن نهضات الأمم تبدأ بالثقافة أو بالعقائد والأمثلة العليا ثم تنتهي إلى العمران المادي الذي يتراءى في الأشياء المحسوسة وينقص نصيبه رويدا رويدا من المعاني الوجدانية حتى يتحول إلى الزوال فلا تقوى الأمة على الاحتفاظ بالعمران ولا بالأمثلة العليا، ولا ترجى لها نهضة أخرى بغير عقيدة متجددة، تبعثها إلى الحركة والطموح وقد سألته سائل عن كلمة - تثقيف - ومعناها الحر في تجريد العيدان من الزوائد والفضول وعن وجهة استعارتها، خاصة وأن الثقافة تحصيل وليست تجريداً وإبعاداً، فكان رده أما أن الثقافة تحصيل وليست بتجريد، فالعبرة بالنتيجة في كلتا الحالتين، وقد يكون تجريد هدم الشجرة من الزوائد والنفايات وسيلة لتحصيل التغذية الخالصة بدلاً من سريان هدم التغذية إلى أجزاء الشجرة التي لا تزيد، وربما كان تقويم العود كذلك شرطاً من شروط التسديد والنفاذ، ولم يكن مجرد إزالة وتعديل، ولا بد في كل استعارة من النظر إلى الغاية والنتيجة التي يتحقق بها الغرض من العمل كله، وألا تم تبق كلمة واحدة من كلمات الاستعارة في لغتنا أو غيرها، وأولها كلمة الكلثور - CULTURE - باللغات الأجنبية، فأين معناها الأصل وهو الزراعة، ومعانيها التي تنطوي فيها اليوم<sup>(1)</sup>.

ويقول زكي محمود (أن الثقافة لم تعد تسوية العود الذي يركب عليه سنان الرمح ليصلح للقتال بل أصبحت في استعمال الجاحظ تسوية الفكر

<sup>(1)</sup> عبد العزيز شرف، عباس العقاد بين الصحافة والأدب، القاهرة، مكتبة الأنجلو 1980، ص 180.

ليصبح بضمئنته وذكائه قادراً على حل مشكلات الحياة، وثقيف العقل بما يتفق مع الحضارة الجديدة وكانت اللغة هي أول الوسائل التي عننتها الثقافة

أن مفهوم الثقافة اليوم هو مفهوم متعدد المعاني وهذه المسألة يجب أن تؤخذ بنظر الاعتبار عند كل تساؤل عن علاقات الثقافة أو الثقافات وتأثيراتها وهنا لابد من تداخلات تأثير الثقافة من خلال العلاقة العضوية بين الفرد والجماعة وبين الداخل والخارج أي بين جماعة وأخرى وبين الماضي والحاضر وقد عرفت المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) الثقافة بأنها (جميع السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية، التي تميز مجتمعاً بعينه أو فئة اجتماعية بعينها، وهي تشمل الفنون والأداب وطرائق الحياة، كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان، ونظم القيم والتقاليد والمعتقدات)<sup>(1)</sup>.

أما المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (اللكسو)، فقد حددت الثقافة في وثيقتها المهمة الخطة الشاملة للثقافة العربية هي (مجموع النشاط الفكري والفني بمعناه الواسع، مع ما يتصل بهما من المهارات والوسائل التي ترتبط بكل أوجه النشاط الاجتماعي الأخرى مؤثرة فيها ومتأثرة بها)<sup>(2)</sup>.

أن المتخصصين في علم الأنثروبولوجيا، يعتبرون الثقافة العامل الأساسي المؤثر في عادات وسلوك الجنس البشري داخل المجتمع، وكانوا متأثرين بمجموع الدلالات والمظاهر التي ظنوا أنها تشكل الثقافة، كالمظاهر الجغرافية والعمارية والأقتصادية والاجتماعية والسياسية والدينية لجموعة بشرية واحدة، فكل عضو من المجموعة المعنية يعرف ما يتقاسمه ويشارك به مع باقي أفراد مجموعته ولكن هنالك في الوقت نفسه سؤال يطرح، كيف نفسر أن هنالك أفراداً أكثر

<sup>(1)</sup> حسن منن، الثقافة الاستهلاكية في مجتمعات الخليج، كتاب الثقافة والاستهلاك - ندوة، الشارقة، دائرة الثقافة والإعلام، 1994، ص156.  
<sup>(2)</sup> المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم الخطة الشاملة للثقافة العربية، تونس، 1996، ص16.



ثقافة من غيرهم أو النخبة، فالكثير من المنقطين العرب من درس وليم شكسبير أكثر من الإنكليز أو مكسيم غوركي والكسندر بوشكين أكثر من الروس أنفسهم هذا على سبيل المثال لا الحصر، كون الثقافة لا تقتصر على الأدب فقط، لذا ففي كل مجتمع هنالك مستويات من الثقافة وأن هنالك أفراداً أكثر ثقافة من غيرهم

هنالك فوارق ثقافية أذن ولها أسبابها التي يحتاج التوقف عندها وهذه الخاصية يجب إدراكها والإقرار بها اليوم فإن العامل الاقتصادي للفرد وإمكانيات الدولة المادية وما توفره من إسهامات في دعم الثقافة وتوجه الدولة السياسي وتطور البلد، كل هذه العوامل تلعب دوراً في توعية ومستوى ثقافة الفرد والجماعة

فالثقافة التي تفتتح عيننا الفرد عليها منذ ولادته من داخل مجموعته ويتغذى بها قد حصنت نفسها وقامت بتقوية نفسها عن طريق الإبقاء على الاتصال بالخارج، أي بعلاقتها الإيجابية مع الثقافات الأخرى ولكن هذه الفرضية تبقى اليوم نسبية فهذه الثقافة معرضة للإندماج والتلاقح والتلاقي مع الثقافات الأخرى فالיום من خلال الفضائيات والإنترنت والتطور الحاصل في تكنولوجيا الاتصال، لم يعد هنالك تحصين حقيقي، بل نتكلم اليوم عن التلوين الثقافي وتعزيزه من خلال القنوات الفضائية والتي تسهم بالضرورة في تحقيق ديمقراطية الثقافة ونشرها بين الجماهير وهذا حسنة، فمن مصلحة البشرية التعرف على بعضها البعض والإطلاع على ثقافات الأمم الأخرى، والحياة ستزكي الجيد وتطيح بالسلب لكن الدعاية اليوم تلعب دوراً غير سليم، فهي يمكنها التأثير بعيداً عن الحيادية التي يراد من الإعلام أن يلعبه بشكل عام في مكافحة القضايا

أما العلاقة بين الماضي والحاضر أي علاقة الثقافة من خلال محور الزمن ومحاورتنا لتراثنا والتأمل بتاريخنا وحضارتنا يجب أن لا ينسينا الاهتمام الضروري بالجديد والمعاصر وما قدمته وتقدمه البشرية من إنجازات حضارية تهم الجميع، والعكس أيضاً محط مخاطر جديّة وهي أن لا نهمل أو ننسى تراثنا وتاريخنا، وأن لا نزرع فجوة تفصل بين الأجيال، خصوصاً أن هذه المخاوف تزداد اليوم بصفة عامة حيث أن البعض ينظر إلى المستقبل على أنه قطيعة وثورة ضد القيم القديمة بسلبياتها وإيجابياتها

كما توجد العديد من القيم السياسية والدينية والثقافية والجمالية والأخلاقية المختلفة والمتناقضة أحياناً في داخل مجتمع واحد، وتعتبر هذه القيم من نفسها في مفاهيم المنفعة العامة المتعارضة والناجمة من اختلاف الرؤى والموقع الاجتماعي والوضع الاقتصادي وغير ذلك. أن تعددية القيم تؤكد أنه لا يوجد مجتمع إنساني متجانس بشكل كامل، حتى اللغة التي يتحدث بها أبناء ثقافة واحدة فهي قد تختلف في الاستخدام بين شخص وآخر أو اختلاف في اللهجة أو الأسلوب في التعبير بها، ومن الضروري أن نلفت النظر إلى أن الأفراد يختلفون من حيث قدرتهم على الاتصال من ناحية، ويختلفون من حيث توفر الفرص الاتصالية المتاحة أمام كل منهم من ناحية أخرى، وهنالك فرق في القدرات الموروثة والمكتسبة لكل فرد في المجتمع وقابليته على التنقيب والتعلم والاكتساب

لقد اختلفت المدارس الفكرية والدراسات المختلفة على تحديد معنى الثقافة وهنا يشير أيمانويل والرشتين ضمن بحثه بعنوان (هل يمكن أن توجد ثقافة عالمية)<sup>11</sup> حيث يقول: (يضعنا مفهوم الثقافة ذاته أمام مفارقة الثقافة-

<sup>11</sup> أنطوني كينج، الثقافة والعولمة والنظام العالمي، ترجمة شيراز العالم وفالة فواز ومحمد يحيى ومراجعة محمد يحيى، المجلس الأعلى للثقافة في مصر ضمن المشروع القومي للترجمة، ط1، 2001م، ص 139



من حيث التعريف، تتسم بالخصوصية أنها مجموعة القيم أو الممارسات لجزء أصغر من الكل، ويصدق ذلك سواء أكان المرء يستخدم الثقافة من زاوية أنثروبولوجية لتعيين القيم، أو الممارسات الخاصة بمجموعة معينة في مقابل أي مجموعة أخرى على مستوى الخطاب نفسه (الثقافة الفرنسية مقابل الثقافة الإيطالية، أو الثقافة البروليتارية في مقابل الثقافة البرجوازية، أو الثقافة المسيحية في مقابل الثقافة الإسلامية الخ)، أم كان المرء يستخدم الثقافة من زاوية الأدب المحض لتعيين القيم، و/أو الممارسات العلوية وليس القاعدية لأي مجموعة، وهو المعنى الذي يشتمل بشكل عام على الثقافة بوصفها تمثيلاً، ونتاجاً لأشكال فنية إن الثقافة أو أي ثقافة ما، في الاستخدامين هي ما يشعر الأفراد به أو يقومون بعمله بما يختلف عن أفراد آخرين لا يشعرون بالأشياء نفسها أو يقومون بعملها)، من هنا تتضح سعة مفهوم الثقافة ومدى تضارب تحديده بدقة

فلقد اختلف العلماء كثيراً حول تحديد مفهوم الثقافة وتعددت الأبعاد التي يمكن من خلالها وضع تعريف دقيق لها، فهناك اختلاف بين المعنى القديم والحديث والمعنى العام والأكاديمي، والمعنى الأكاديمي يقصد المعرفة الأكاديمية التي تغيب عن أذهان العامة، فالشخص المثقف هو ذلك الشخص الذي يجمع في ذاكرته مجموعة من المعارف المنتقاة، وهو الشخص الذي يتمرس بلغة الكلام، أو لغة الأرقام، فيكون شخصاً مثقفاً ثقافة أكاديمية، وايضاً ينطبق هذا على الباحث الذي ينتهج منهجاً علمياً واضحاً في بحوثه، ومن مظاهر الثقافة الأكاديمية الكتاب وفنون السينما والمسرح والأوبرا<sup>11</sup>.

وهناك من يقسم إلى ثقافة عامة، وثقافة أدبية، وثقافة فنية، وثقافة الأحاديث والمعارف العامة وهناك من يقسم أو يقول أن هناك ثلاث ثقافات

<sup>11</sup> يوسف ميخائيل أسعد، الثقافة ومستقبل الشباب، الهيئة المصرية العامة للكتاب - القاهرة - 1984، ص 7.

مختلفة في المجتمع الجماهيري وهي الثقافة الرفيعة أو الراقية، الثقافة الجماهيرية، والضم الشعبي هذا الاختلاف في تحديد مدلول وماهية ومضمون الثقافة حفز الشاعر الكبير ت. س. اليوت إلى أن يؤلف كتاباً عنوانه، ملاحظات نحو تعريف الثقافة - NOTES TOWARDS A DEFINITION OF CULTURE - والذي حاول فيه أن يقدم حلولاً لمشكلات ثقافية قائمة فعلاً، وحاول أن ينقل انطباعه وتصوره لمعنى الثقافة

ويرى سعد لبیب، ( أن الثقافة بمفهومها العام، هي نظرة إلى الوجود والحياة والإنسان، وهي كذلك موقف من هؤلاء جميعاً، وقد يتجسد هذا الموقف في عقيدة أو تعبير فني أو مذهب فكري أو مبادئ تشريعية أو مسلحة أخلاقي عملي)<sup>(1)</sup>.

اليوم ويفضل التطور التكنولوجي في مجال الإعلام والاتصال، أصبحت الثقافة سهلة المنال، فالتقنيات الفضائية تصل كل مكان، ولا تكلف المواطن شيئاً فهو لم يعد بحاجة إلى المال لشراء كتاب أو جريدة أو أية مطبوع، ولا الحاجة للذهاب إلى دور السينما أو المسرح أو عروض الأوبرا أو الموسيقى، ولكن البعض يعتقد أن ذلك ليس صحيحاً فروجيه شارييه يقول يمكن للثورة الإلكترونية (أن تعمق الفوارق بدلاً من تحدها، فهناك خطر كبير ألا وهو "الأمية الجديدة التي لم يعد تعريفها مقتصرًا على عدم المقدرة على القراءة والكتابة إنما أصبح يعني استحالة الوصول إلى الأشكال الجديدة لنقل الكتابة والتي هي مكلفة إلى حد

<sup>(1)</sup> سعد لبیب، " التخطيط الإذاعي على المدى البعيد"، محاضرات في كلية الإعلام- جامعة القاهرة- 1979م، ص 8.



ما<sup>(12)</sup>، وهذا يجعلنا أن نقر بأن الثقافة ومضامينها ومستوياتها هي مختلفة عبر العصور والأزمنة

هنالك مفهوم للثقافة على أنها فردية أساساً فهناك أفراد مثقفون وأفراد شبه مثقفين وآخرون غير مثقفين ثقافة الأفراد المثقفين ليست ثقافة علم الأنثروبولوجيا (أي مشتركة بين مجموعة تكاد تكون متطابقة أو مرتبطة بأرض ما)، بل إنها ثقافة الصفوة التي تجاوز الحدود الدولية وتسمح لها الفرصة بالتعبير عن التوافق الطبقي أو الطائفي<sup>(13)</sup>.

(ليس هناك ثقافة فردية بالمعنى الحرفي فكل ثقافة هي ثقافة مستعارة يجب اكتسابها هي نتيجة نوع من المفاضلات فتعريف الثقافة يفرض الإتصال بالغير الإتصال بالتاريخ وبالمحيط المجاور، الإتصال بالمجتمع وبالعالم فما يمكن أن نقوله عن الثقافة هو ما يمكن أن يقال عن كل فردية أو جماعية فهي تبني نفسها على تجربة الآخرين ليس هناك ثقافة دون استعارة،)<sup>(14)</sup>.

"السنا على اتصال، على الأقل، عن طريق الصورة والمعلومة بباقي العالم ؟ السنا نملك مثلما لم نملك من قبل أسلحة التفاوض الثقافي وأدوات التبادل والتنقل"<sup>(15)</sup>.

أن عالم الثقافة عالمٌ رحب ويسع جميع الاتجاهات، وكل فن أو مجال ثقافي جديد يحقق متعة وفائدة للمجتمع بغض النظر عن توجهه، هو يدخل في خانة الثقافة

<sup>(12)</sup> ص 564-توجيه شاريتيه - ترجمة سولي لطفى - مراجعة أمينة رشيد- الكتاب بين الماضي والمستقبل- ما للثقافة؟ ط1 القاهرة إصدار الهيئة المصرية العامة لدار الكتب والوثائق القومية إدارة الشؤون الفنية- المجلس الأعلى للثقافة -القاهرة.

<sup>(13)</sup> مارك أوجي - ثقافة وانتقال- ترجمة هويدا إسماعيل - مراجعة أمينة رشيد- الكتاب بين الماضي والمستقبل- ما للثقافة؟ ط1 القاهرة إصدار الهيئة المصرية العامة لدار الكتب والوثائق القومية إدارة الشؤون الفنية- المجلس الأعلى للثقافة -القاهرة- ص422.

<sup>(14)</sup> ص 423، م س.

<sup>(15)</sup> ص 423 م س.

والفن أحد أوجه الثقافة المختلفة وهو يعني ما أنتجته وأبدعته الإنسانية من فنون، فمنذ أن صنع الإنسان الأحجار المنحوتة والحرايب المدببة وبدأ باستخدام النار وطلّى جسمه وجدران الكهوف بالألوان كان الفن وكانت بداياته، ومن خلاله يمكننا اليوم أن ندرس ونتابع عملية التطور البشري من شتى جوانبها

إن الثقافة والفن، شكلٌ من أشكال انعكاس الواقع في ذهن الإنسان ويساعدان على فهم العالم عن طريق تصويره، كما يمكن أن يكونا أداة قوية للتربية الأخلاقية والاجتماعية والسياسية، فقد ساعد تعدد المناهج والمدارس المختلفة التي تعكس وتصور الحياة على التطوير في نتائج فنية إبداعية، كما في مجال الأدب والمسرح والموسيقى والسينما والهندسة المعمارية والرسم والنحت الخ، وبالتالي انعكس ذلك على ذوق وسلوك الناس

إن السمة الرئيسية للثقافة أنها تعكس الواقع في صور مجسمة تدرك بالحواس، وفي صور فنية تمطية، تكشف السمات العامة والجوهرية للواقع

لقد ظهر الفن مع فجر المجتمع الإنساني، من خلال العمل ونشاط الناس العملي، وتطور التنوع الجمالي لدى الناس ومتطلباتهم ومفاهيم الجمال من خلال العمل، وأرتبط الفن مع قضايا الناس وأستخدم كوسيلة هامة على الإقناع والتأثير ولإيصال الأفكار وتخلق كل مجموعة فناً وثقافة تتفق مع مصالحها ومتطلباتها الجمالية، ولكن هنالك إبداعات وأعمال رائعة كانت غنية بمضامينها وصادقة في التعبير وعكست قضايا وسمات إنسانية عامة، فأستحقت الأصالة والعظمة، والأمثلة كثيرة على ذلك، سواء في مجال النحت والرسم والموسيقى والأدب، والتي غدت منذ زمان ملكاً للبشرية جمعاء، وهنا تبرز سمة جديدة للثقافة وهي إمكانية تواصله وتطوره وتوارثه عبر الأجيال والعصور



### خصائص الثقافة

وهناك من يحدد خصائص للثقافة، ويمكن أجمال تلك الخصائص

بما يلي

#### أولاً الثقافة نتاج اجتماعي إنساني<sup>11</sup>

حيث لا وجود للثقافة دون مجتمع إنساني، فالثقافة تنشأ عن الحياة الاجتماعية وهي من اختراع واكتشاف الإنسان، والثقافة تشمل جميع نواحي التراث الاجتماعي البشري أو كل ما يميز الحياة الاجتماعية عند الإنسان

#### ثانياً الثقافة مكتسبة

إن الثقافة ليست غريزية ولا فطرية كما أنها لا تنتقل بيولوجياً، ولكنها تتكون من العادات التي يكتسبها كل فرد خلال خبرة حياته بعد الميلاد وتتضمن الثقافة توقعات الجماعة التي يتعلمها الفرد خلال عملية التنشئة الاجتماعية كما أنه عن طريق هذه العملية أيضاً، يكتسب عموميات السلوك التي تشكل الثقافة

#### ثالثاً الثقافة انتقالية وتراكمية

تنتقل الثقافة من جيل إلى جيل على شكل عادات وتقاليد ونظم وأفكار ومعارف يتوارثها الخلف عن السلف عن طريق الرموز اللغوية كما أنها تنتقل من وسط اجتماعي إلى وسط آخر، وبهذا المعنى فإنها تراكمية، فالإنسان يستطيع أن يبني على أساس منتجات الجيل السابق أو الأجيال السابقة فهو ليس بحاجة إلى أن يبدأ من جديد في كل جيل وتختلف الطريقة التي تتراكم بها

<sup>11</sup> سامية حسن الساعني "الثقافة والشخصية"، بحث في علم الاجتماع الثقافي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1988م، ص 73-76.

خاصة ثقافية معينة كاللغة مثلاً، عن الطريقة التي تتراكم بها خاصة أو سمة ثقافية أخرى كالتيكنولوجيا على سبيل المثال

#### رابعاً الثقافة مثالية

ينظر إلى العادات الاجتماعية التي تكون الثقافة على أنها تمثل نماذج مثالية ينبغي على أعضاء الجماعة أو المجتمع أن يمثلوا لها، ويتكيفوا معها

#### خامساً الثقافة إشباعية

تشبع الثقافة دائماً، وبالضرورة الحاجات البايولوجية الأولية وكذلك الحاجات الثانوية المشتقة منها أيضاً ولذلك يقال أن للثقافة خاصة إشباعية والجوع والعطش مثالان على الحاجات البايولوجية، أما الحاجات الثانوية المشتقة فيمكن أن نطلق عليها الحاجات الاجتماعية الثقافية لأنها تظهر وتنشأ من خلال التفاعل الجمعي، وتنتقل بالطريقة نفسها

#### سادساً الثقافة تكيفية

أن الثقافة تتغير، وتتميز عملية التغير الثقافي بأنها عملية تكيفية وتميل الثقافات - خلال فترات زمنية معينة - إلى التكيف مع البيئة الجغرافية فالناس ينبغي أن يكونوا قادرين على أن يأكلوا ويلبسوا ويسكنوا، وذلك بالتكيف لما حولهم والظروف البيئية التي يعيشون فيها

#### سابعاً الثقافة تكاملية

ويظهر التكامل الثقافي بصورة جلية في المجتمعات البسيطة، والمجتمعات المنعزلة، حيث يندر وجود عناصر خارجية في ثقافات تلك المجتمعات، كما أن العناصر الأصلية لا تتغير بسرعة، أما في ثقافات المجتمعات المركبة غير



المتجانسة فالتكامل لا يظهر بشكل واضح، حيث نجد أن عناصرها الأصلية تتغير باستمرار

### ثامناً الثقافة انتقالية

أن انتقال الثقافة لا يتم بآلية وحتمية بل يتم غالباً عن وعي وأدراك، فهو انتقالي بمعنى أن الجيل الذي يتلقى عناصر ثقافية ينتقي منها البعض ويستبعد البعض الآخر تبعاً لظروفه وحاجاته

### تاسعاً الثقافة متغيرة

فالثقافة خاضعة لقانون التغير الذي تخضع له جميع مظاهر الكون. كما قال "هيرقليطس" (أن التغير قانون الوجود، وإن الاستقرار موت وعدم)، والتغير الثقافي يحدث في العناصر المادية في المباني والأثاث والملابس وغيرها، والعناصر المعنوية مثل العادات والأفكار

أن مفهوم الثقافة في هذا البحث هو الثقافة بمعناها الحضاري الاجتماعي الشامل، حيث تتضمن سلوكيات أفراد المجتمع، وما يرسمونه من أنشطة مختلفة وكل ما يكتسبه الإنسان من معارف وخبرات تربوية وثقافية وتعليمية وتنمية قدراته، ورؤيته إلى شؤون الحياة المتنوعة، بما في ذلك سلوك الإنسان وأسلوب حياته وتصرفاته إزاء الحاضر والمستقبل، ومن أجل تنمية وتطوير المجتمع

### الإعلام الثقافي CULTURAL COMMUNICATION

الإعلام الثقافي، مصطلح جديد يقوم على أساس فهم طبيعتي الإعلام والثقافة، وهو فهم ينبع من جوهر مشترك لهما وهو "الاتصال"، فالإعلام الثقافي هو عملية يتم من خلالها إرسال مادة أو رسالة ثقافية معينة إلى المتلقي، مع النتائج المترتبة على ذلك، وهذا بالضرورة يتضمن التفاعل، وإذا كانت مهمة

الإتصال بأنه يقوم بنقل المعاني عن طريق الرموز من المرسل إلى المرسل إليه، فإن الإعلام الثقافي هو نقل المضمون الثقافي عن طريق الرموز في وسائل الإعلام فالفكرة الرئيسية في الإعلام الثقافي هي الاشتراك في الإطار الثقافي الذي يتضمن جوانب الثقافة وما يعيه منها أفراد المجتمع

أن دراسة الثقافة أصبحت تمثل ميداناً مهماً مستقلاً خلال القرن الأخير، ومن هنا تأتي أهمية مفهوم الإعلام الثقافي والذي يهدف إلى دراسة الثقافة من الوجهة الإعلامية والاتصالية، إدراكاً من أهمية التوصيل الثقافي في المجتمع، ومن حيث وظائف الإعلام الثقافي من حيث نشأته وعلاقته مع النظم الاجتماعية والموضوعات المشتركة بين الإعلام والثقافة

أن للإعلام الثقافي وظائف عديدة، مما يجعله مهماً عند التخطيط لمضمون وسائل الإعلام فليس وظيفته مقتصورة على الترفيه أو لأستهواء غرائز المشاهدين، بل له وظائف مهمة منها، الوظيفة الروحية حيث يسعى الإعلام الثقافي إلى راب الصدع في المجتمع المعاصر الذي تطفئ فيه المنافع المادية على حياة الناس، وذلك حينما يسعى الإعلام الثقافي إلى إشاعة القيم الجمالية بين الجماهير، وهنا تصبح الفنون في إطار الإعلام الثقافي بالراديو أو التلفزيون أو الصحافة وسيلة من وسائل التطهير النفسي، ومواجهة الأزمات النفسية التي يعاني منها الإنسان المعاصر

والوظيفة الثانية للإعلام الثقافي، وظيفة اجتماعية، أو كما يذهب دوركايم وجروس بالقياس إلى الفن، أنه يخلق من مشاهديه والمعجبين به وحدة اجتماعية متماسكة، فهو وسيلة لخلق التضامن بين الناس في الهيئات والمجتمعات<sup>11</sup>

<sup>11</sup> عبد العزيز شرف، في مقدمة كتاب البرامج الثقافية في الإعلام للتكثيرة سهر حاد، ص 5.



كما أن للإعلام الثقافي وظائف أخرى، وظيفة تربوية ووظيفة علمية وأدبية، كما لا تغفل الوظيفة الإعلامية للإعلام الثقافي وهي المرتبطة بأسمه كمصطلح، وهي وظيفة مشتقة من أهمية الإعلام في المجتمع الحديث، كونه يركز على مخاطبة عقول الجماهير ووجدانهم، ويؤثر بشكل واضح في تكوين اتجاهات الرأي العام

### الاتصال Communication

الاتصال بالمفهوم العام، هو انتقال المعلومات والحقائق والأفكار والآراء والمشاعر أيضاً، والاتصال نشاط إنساني حيوي وأن الحاجة إليه في ازدياد مستمر<sup>(1)</sup>، وتشير كلمة "الاتصال" إلى معانٍ كثيرة لدى كثير من الناس فالبعض ينظر إليها على أنها علم، والبعض يعتبرها نشاطاً، ويرى آخرون أنها مجال دراسة، بينما يعتقد البعض أنها فن وهي قد تكون نشاطاً عضوياً لا شعورياً أو عملاً مخططاً هادفاً<sup>(2)</sup>.

ويعرف الاتصال في مجال الإعلام بأنه (بث رسائل واقعية أو خيالية تتصل بموضوعات معينة على أعداد كبيرة من الناس مختلفين فيما بينهم في النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية ويوجدون في مناطق مختلفة)<sup>(3)</sup>.

وجدير بالذكر أن الاتصال بين الأشخاص لا يحدث في فراغ ولكنه يقع في سياق ثقافي معين، أي يتحدد طبقاً لمجموعة معايير وقواعد، وقد لا يعي الإنسان ذلك السياق الثقافي الذي يمارس فيه اتصالاته مع الآخرين ويؤثر في سلوكه الاتصالي لأنه اعتبر مسألة مألوفة ومعتادة بالنسبة له، لكنه قد يدرك

<sup>(1)</sup> منال طلعت محمود، مدرس بالمعهد العالي للخدمة الاجتماعية، جامعة الإسكندرية- مصر، سخل إلى علم الاتصال، 2002م، ص18.

<sup>(2)</sup> المصدر السابق، ص11.

<sup>(3)</sup> المصدر السابق، ص22.

هذا السياق عندما يحتك بثقافات أخرى تختلف عن ثقافته، ومن العوامل التي تؤثر في الاتصال بين الأشخاص، الوقت والمكان

### عناصر عملية الاتصال هي

Source أو مصدر Sender

- **أولاً: مرسل** وهم القائمين بالاتصال، حيث يقوموا بنقل المعلومات أو الأفكار أو الآراء إلى الآخرين
- **ثانياً: رسالة**، تحتوي على الرموز لغوية، لفظية، أو غير لغوية، أو غير لفظية التي تعبر عن المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو المعاني
- **ثالثاً: مستقبل** أو متلقي يستقبل الرسالة ومحتواها والمتلقي هو من تتوجه إليه العملية الاتصالية والتلقي هو قدرة المتلقي وإمكانياته لاستلام الرسالة ومدى الاستجابة لها سلباً أم إيجاباً

### شروط القائم بالاتصال Communicator :

- لقد حدد ديبر لو الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال وهي
- **توفر مهارات الاتصال**، وهي خمسة، ( مهارة الكتابة، مهارة التحدث، مهارة القراءة، مهارة الإنصات، مهارة القدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال
- **اتجاهات القائم بالاتصال** نحو نفسه ونحو الموضوع، ونحو المتلقي، وكلما كانت هذه الاتجاهات إيجابية زادت فعالية القائم بالاتصال.
- **مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع** الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته
- **مركز القائم بالاتصال** في إطار النظام الاجتماعي والثقافي، وطبيعة الأدوار التي يؤديها والوضع الذي يراه الناس فيه، يؤثر على فعالية الاتصال



### خصائص القائم بالاتصال في البرامج الثقافية

أن القائمين بالاتصال في البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العربية من مخرجي ومعدّي ومقدمي هذه البرامج يتطلب أن يكون من الكوادر الإعلامية المتخصصة لكي يتحقق الهدف المطلوب من البرامج الثقافية إلى المتلقين بشكله الأمثل، لذا يتطلب توفر بعض الخصائص منها

▪ يجب أن يكون القائم بالاتصال مؤهلاً تأهيلاً إعلامياً عاماً أو متخصصاً في

وسيلة إعلامية معينة، كالتلفزيون أو الصحافة أو غيرها

▪ يتطلب أن يكون مثقفاً وعلى درجة من الثقافة تؤهله أن يقدم البرنامج المعني

به، كأن يكون ملماً بالمشرح أو السينمائي أو الفن التشكيلي الخ، وحسب اهتمامات

البرنامج الذي يقوم بالمساهمة به، لا أن يكون مقدماً أو معداً بسيطاً شكلياً، بل

يتطلب منه أغناء وتطوير المادة المراد إيصالها للمشاهدين أن الثقافة الواسعة

والخبرة في الحياة أهم من وجود مؤهل أكاديمي والإلمام الجيد بمختلف

الموضوعات وفي مجالات متعددة يعتبر أكثر فائدة من التعليم الضيق، ومع

ذلك فهناك تعليم وتدريب خاص يتعلق بطبيعة وظروف البرنامج والقائمين

عليه، فالثقافة تختلف عن التعليم والمقصود بالمستوى الثقافي للمخرج أو المعد أو

المقدم هو معارفه وخبراته العامة ودرايته بالحياة والناس وإدراكه الكامل

للأحداث التي تجري من حوله، وربما أحياناً أن بعض البرامج تحتاج إلى قائمين

بالاتصال ذو ثقافة موسوعية، وشخصية رزينة عميقة الفهم جديرة بالثقة وقادرة

على كسب الاحترام وليس شخصية مسطحة دون عمق ودون حضور ذهني

ملموس

▪ عليه أن يكون ملماً بالحياة الثقافية في البلد على الأقل بشكل عام والنشاطات

التي تقام في مختلف المجالات الثقافية

- كما يتطلب معرفته بأهداف البرامج الثقافية وما تريد أن توصله للمتلقين وضمن إستراتيجية المؤسسة التي يخضع لها وليعكس ذلك في توجهاته
- عليه أن يكون كفوءاً ويقدم معالجة إعلامية للأحداث والظواهر والتطورات المختلفة التي تصاحب الحياة الثقافية، ويعرف جيداً طبيعة الشريحة الاجتماعية التي يتوجه لها
- على مقدمي البرامج الثقافية الاهتمام الجيد بمظهرهم الخارجي وأسلوبهم ولغتهم، ففي التلفزيون تصبح المسألة مهمة جداً لأن المشاهد سرعان ما يكتشف ويفرق بين المقدم الناضج المتوازن وبين النجم التلفزيوني الذي يلمع فقط من فوق السطح
- أن يكونوا من الملمين باستخدام الأجهزة الحديثة والتعامل معها ببسر
- على المقدم أن يكون لبقاً مهذباً، ملماً بكافة جوانب الموضوع وأن كان ضيفه أو محاوره موجود، وأن يمتاز بالإيناس والألفة و يجعل المشاهدين قريبين من قلبه وعقله وأن يقدم مادته ببساطة ووضوح دون الإخلال بالمضمون، وعدم التكلف والأبتعاد عن التصنع وذو بديهية حاضرة وأن لا يحول البرنامج إلى ندوة جامدة بل لا بد من الحيوية المستمرة طيلة البرنامج، لكي يبقى الجمهور على تواصل جدي معه

### العلاقة بين الثقافة والإعلام والاتصال

- أن من سمات عصرنا الراهن المهمة هي تحول وسائل الإتصال الجماهيرية وخصوصاً التلفزيون إلى أدوات ثقافية، بل وأصبحت هي الوسيلة الرئيسية للحصول على الثقافة والإطلاع على جميع أشكال الإبداع الإنساني
- فالثقافة أداة إتصال وتواصل أساسية بين البشر، وذلك أن معظم خصائص العقل البشري والتي تميزه عن غيره تعتبر أداة للاتصال ، والثقافة تعني التفاعل والإتصال بين أعضاء المجتمع والإعلام الثقافي يعني انتقال المعلومات أو



الأفكار أو الاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة أو وسيلة إعلام إلى شخص أو جماعة أخرى من خلال الرموز ويوصف الإعلام بأنه ثقافي حينما يقدم مضموناً ثقافياً، أو يقدم رسالة ثقافية معينة

(وإذا كان الاتصال هو نقل المعاني عن طريق الرموز، فإن الإعلام الثقافي هو نقل المضمون الثقافي عن طريق الرموز في وسائل الإعلام)<sup>(1)</sup>، فتناول الثقافة من الوجهة الإعلامية يساوي تناول الإعلام من الوجهة الثقافية فالإعلام الثقافي يسعى إلى إشاعة ونشر القيم الجمالية والذوقية والحسية والوجدانية في المجتمع ناهيك عن دوره ووظائفه الاجتماعية الأخرى

يقول عبد المنعم الصاوي عن الثقافة والحضارة، (وإذا كانت الحضارة هي المظهر المادي للثقافة، فإن الثقافة هي المظهر العقلي للحضارة، والحضارة تترجم الثقافة إلى أشكال من الفنون كالتصوير والنحت وغيرها، وبهذا تدل على الثقافة دلالة مادية تبقى على مر الزمن)<sup>(2)</sup>، أن الفن والثقافة بشكل عام كعمل اجتماعي، يمثل أعظم مظاهر النشاط البشري تعبيراً عن الاتصال وأشدّها إثارة للانفعال وأكثرها تأكيداً لاستمرار التاريخ وتعاقب الأجيال وهو أداة تواصل مع الموجودات، ومن أهم النظريات الإعلامية، تلك النظرية التي تقوم على أساس التفسير الحضاري للإعلام، ومن أجل فهم طبيعته وأثره في العلاقات الإنسانية والدولية، وهي نظرية تصنف الحضارات تصنيفاً اتصالياً، فهناك الحضارة السمعية الشفوية، وهناك حضارة التدوين، ثم الحضارة الطباعية، واليوم حضارة الراديو والتلفزيون وهناك مصطلح ثيار الحضارة الآلية الحديث والذي يحاول أن يحل محل التربية التقليدية وأخذت الثقافة اليوم تتجه وجهة علمية فالإنسانيات في تدهور ودراسة العلوم الطبيعية في تطور، ورغم أن العلوم المتنوعة

<sup>(1)</sup> عبد العزيز شرف، في تقديمه لكتاب البرامج الثقافية في الإعلام تأليف سهر حاد، ص 4.

<sup>(2)</sup> عبد المنعم الصاوي، "عن الثقافة"، دار القلم، القاهرة، 1966م، ص 15.

تساعدنا على فهم المادة واستنباط قوانينها، لكنها قليلة الاهتمام بالإنسان، وهي شئنا أم أبينا تسعى إلى أغراض مادية، وليس غريباً أن تصبح أدوات تدمير بدلاً من أن تجعل حياتنا وتسمو بها إلى السعادة واليوم نلمس انعكاسات ذلك بوضوح فقد انحسرت منزلة الكتاب، وتبعه الراديو، فالحياة المعاصرة اليوم ترهق الإنسان وتتعب أعصابه بسبب شدة الصراع على العيش والقراءة مثلاً تتطلب مجهوداً أكثر مما يتطلبه التلفزيون مما تجعله يركن إلى أقل الجهود، فيكتفي بما يشاهده ويسمعه بكسل، وهنا تأتي مسألة الاختيار أو الفرض للثقافة، فنحن لا نستطيع أن نتثقف ثقافة حقيقية خصبة وعميقة دون أن نبذل مجهوداً، حينها سنقبل بأية ثقافة سهلة المنال ولا تكلفنا جهداً أو مالاً، كما أن هدم الثقافة بالوسائل الآلية كالقنوات الفضائية أو عبر الإنترنت وغيره، ستقتل فردية الإنسان، فالجميع يشاهدون ويسمعون نفس الشيء، مما يعني أننا سنصبح نسخاً متشابهة، ولكن رغم هذا يمكننا أن نلعب دوراً إيجابياً في التنقيف، وهي ما زالت تتمتع بثقة الجمهور

أن التلفزيون من خلال القنوات الفضائية وبما يملكه اليوم من إمكانيات حديثة متطورة يعد من أرقى الوسائل الإعلامية الثقافية، وأكثرها نفاداً وتأثيراً على البنية الاجتماعية والثقافية والأخلاقية للمجتمع، ولا شك أن ذلك يعتبر من أخطر مجالات التأثير في الحياة الإنسانية، فالصورة والكلمة والمعلومة أصبحت شكلاً ومضموناً من خلال القنوات الفضائية أهم أداة فكرية تعبر القارات والدول لتشكل تأثيراً على الرأي العام وعلى الثقافات الأخرى أن لغة الصورة من العناصر المرتبطة بالفكر الإنساني وتؤثر على الإنسان وأسلوبه في الحوار والتعامل والسلوك

من المؤكد أن الثقافة والإعلام ليسا موضوعين منفصلين، بل هما مكملان لبعضهما البعض، وكلاهما يمثل ظاهرة اجتماعية متطورة عبر



العصور، بل وبينهما علاقة تفاعلية جدلية، فالإعلام يوضح لنا كيف تتغير وتتطور الثقافة بواسطة الأفراد الذين هم أنفسهم من خلقها

(ولكن هذا التأثير محكوم بثقافة المجتمع فمن العسير تغيير القيم السائدة والمعتقدات والاتجاهات الشخصية تغييراً جوهرياً سريعاً عن طريق الإعلام وهذا هو تأثير الثقافة على الإعلام)<sup>11</sup>.

فالإتصال من أقدم أوجه النشاط الإنساني، والثقافة تعبير عن تراكمات والقنوات الفضائية شئنا أم أبينا ترفع وتحسن مستوى معلومات البشر وتوسع آفاقهم وتساعد على تكوين ثقافة جماهيرية وخلق المناخ المناسب للتنمية البشرية، وينشرها البرامج الثقافية والمعلومات الاجتماعية والعلمية والتقارير المختلفة تسهم بقسط كبير في خلق مناخ فكري يجعل الناس أن يعيدوا النظر في حياتهم وسلوكهم وينظرون إلى مستقبلهم برؤى جديدة، ومن الطبيعي أن يساعد ذلك الناس إلى الانتقال إلى عادات جديدة، ربما سلبية أو إيجابية ولكن نحسبها إيجابية على الأرجح وننتظر أن تجري تغييرات كبيرة في المواقف والمعتقدات والمهارات والثقافة التي يمتلكها المتلقي

أن الثقافة والفن نشاط اجتماعي يمثل أعمق مظاهر النشاط البشري جميعاً تعبيراً عن الإتصال، وأكثرها تأكيداً لاستمرار التاريخ وتعاقب الأجيال أن التلفزيون وسيلة إتصال ثقافية من الدرجة الأولى ولا يقتصر دوره على تقديم المعرفة والخبرات للمشاهدين من خلال الصوت والصورة الحية، بل هو يقترب من الإتصال الشخصي وقدرة على التأثير في الآراء والمواقف، بل قد يتفوق على الإتصال الشخصي، كونه يقدم التفاصيل الدقيقة وتحريك

<sup>11</sup> سامية حسن الساعاتي، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الإعلام، الثقافة والإعلام، دراسات التأثير والتأثر، القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية للفترة 28-31 ديسمبر 1983م ص 19.

الأشياء الثابتة بقدرة كبيرة ويعطي للمشاهد شعوراً بأنه شاهد عيان على الأحداث التي يشاهدها

وما يجعل التلفزيون متميزاً عن أشكال الاتصال المعروفة هو شخصيته التركيبية، أي قابليته على استخدام الصورة والصوت، والتقطيع، والمؤثرات الصوتية، فالتلفزيون له القدرة على البث مباشرة لملايين المشاهدين، والتفسير الفني للحدث لحظة وقوعه، هذه القدرة تقرر عاملي الزمان والمكان الحقيقيين على شاشة التلفزيون.<sup>(1)</sup>

أن الحياة العصرية وما يصاحبها من نمط وإيقاع سريع حتم أن تكون وسائل الاتصال الحديثة وبالذات التلفزيون أدوات ثقافية، بل وتحول اليوم إلى وسيلة جماهيرية للحصول على الثقافة وللإطلاع على جميع أشكال الإبداع الثقافي، خصوصاً من الجمهور العادي والفقير، فهو أي التلفزيون يوفر الغذاء الروحي ويمد بالخبرة الثقافية للملايين وفي كل مكان ويصلهم في بيوتهم، وكما هو يزود المثقف والإنسان العادي، فهو مهم ثقافياً حتى بالنسبة إلى المشاهد الأمي الذي لا يكلفه عناء الذهاب إلى مكان ما أو شراء مطبوع ما، فهو بالضرورة يتعرض للمادة الثقافية التي تقدم بعدة طرق وبالتالي يتأثر بها ولو ببطء

### الإعلام الثقافي المتخصص

الإعلام الثقافي المتخصص هو الإعلام الذي يعالج الأحداث والظواهر والتطورات الحاصلة في الحياة الثقافية، ويتوجه أساساً إلى جمهور نوعي معني ومهتم بالشأن الثقافي<sup>(2)</sup>، ويسعى لمواكبة الحياة والتفاعل معها كما أن الإعلام الثقافي يعكس مستوى تطور ونضج الحياة الثقافية ذاتها

(1) أ. بورنيسكي- أ. بوروفسكي، الصحافة - التلفزيونية، ترجمة أشام طوان، بغداد، وزارة الثقافة والفنون، 1978، ص 49.

(2) أنيب خضور، الإعلام المتخصص، المكتبة الإعلامية، دمشق، 2003، ص 63.



يمكن تحديد أبرز سمات الإعلام الثقافي المتخصص على النحو التالي<sup>(1)</sup>:

### المجال الثقافي

إن مجال الإعلام الثقافي المتخصص هو المجال الثقافي، ويعكس تطور المجال الثقافي في المجتمع درجة تطور هذا المجتمع وتزداد أهمية المجال الثقافي في المجتمع بازدياد مستوى التطور الحضاري لهذا المجتمع وفي مرحلة معينة من تطور المجتمع، تتكسد التحولات الثقافية وتتجمع تراكمياً، وفي مستوى معين من تراكمها، تؤدي إلى تبدل نوعي، يبشر بتحول الثقافة — إنتاجاً وتوزيعاً وتلقياً إلى حاجة عندئذ، يتحول المجال الثقافي إلى حياة ثقافية بالغة الخصب والغنى والتنوع

### الموضوع الثقافي

يمتلك الموضوع الثقافي خصائص مميزة أبرزها

- الموضوع الثقافي غير ملموس، بل هو أقرب إلى التجريد والتنظير
- الموضوع الثقافي غير مرتبط بالهموم المعيشية المادية اليومية للفرد والمجتمع
- موضوع خبوي، بالرغم من الاتساع النسبي لدائرة المهتمين به
- موضوع يتضمن ويتطلب قدراً كبيراً من الإبداع
- موضوع مفتوح لقراءات متعددة ومختلفة
- موضوع يتميز بقوة حضور العامل الذاتي فيه
- موضوع تتطلب معالجته لغة ذات مستوى أعلى وأرفع
- موضوع يقدم لقارئه متعة وفائدة
- موضوع يتطلب تلقيه وتذوقه متلقياً نوعياً

<sup>(1)</sup> المصدر السابق، ص 65، 66، 67

- موضوع مخادع لا تطرح الأمور فيه مباشرة، وهذا ما يجعله مناسباً لطرح أفكار يتعذر طرحها مباشرة في مجالات أخرى
- موضوع لا يتصدر أولويات السلطة والرأي العام ولذلك فإن حساسيته أقل والرقابة عليه أضعف، وهامش حرية التعبير فيه أوسع
- لكن نجد أحياناً اهتماماً خاصاً ومفتعلاً من السلطات بهذا الجانب، في محاولة لكسب المثقفين إليها خدمة لمصالحها

### الحدث الثقافي

- تنعكس خصائص المجال الثقافي وسمات الموضوع الثقافي على الحدث الثقافي، وتجعله مختلفاً في المجالات الأخرى، بالمزايا التالية
- الحدث الثقافي هادي، وتطوره بطيء، وإيقاعه ليس سريعاً
- مصادر الحدث الثقافي غير رسمية في الغالب
- الشخصيات الفاعلة في الحدث الثقافي هي غالباً رجال الفكر والفن والثقافة عموماً
- الحدث الثقافي عبارة عن عملية متكاملة، تستدعي معالجتها وفهمها ضمن السياق العام الذي أنتجها
- يتعذر التعامل مع الحدث الثقافي إلا من خلال رؤية ذاتية معمقة له
- ضخامة الحدث الثقافي وحدود أثاره المتوقعة ونتائجه الملموسة محدودة ومتواضعة
- تسييس الحدث الثقافي قد يؤدي إلى بروزه، ولكنه يفقر مضامينه الثقافية
- غالباً ما يكون الحدث الثقافي، هو الذي يسعى إلى المتلقي، ونادراً ما يكون المتلقي هو الذي يبحث عن الحدث



### الجمهور الثقافي

علينا أولاً أن نجد تعريفاً للمثقف الفرد ومن ثم للجمهور المثقف، لقد بلغت تعريفات المثقف حداً من السعة والتنوع يصعب معه الاتفاق على تعريف محدد، ففي فرنسا، لم تظهر كلمة مثقف إلا في القرن التاسع عشر، رغم أن المثقف موجود منذ العصور القديمة حيث كان يفهم هو الشخص القادر على التكهن بالمستقبل أو من يملك المعرفة، أو البعض من كان يملك تميزاً بأمور معينة وصولاً إلى المفهوم الحديث الذي يعتبر الذين يقدمون نتائج فكرية وروحية أو ما شابه ذلك، والبعض يسميهم النخبة أو الصفوة، وتستخدم لفظة المثقف في الوقت الحاضر عربياً للدلالة على من له رأي أو من له مشروع تنويري ومن ثم توسع ليشمل معظم المتعلمين

على أية حال يبقى التقسيم الذي يقسم الثقافة إلى ثقافة النخبة والثقافة العامة والثقافة الجماهيرية أو الشعبية، هو الذي يحدد طبيعة الجمهور لذا تتحدد طبيعة الجمهور الثقافي حسب مفهوم الثقافة المراد التعامل معه، ولكن يمكن تحديد أبرز سمات الجمهور الثقافي بما يلي

أ - كمياً من ناحية الكم يعتبر الجمهور ضيقاً إذا كان الحديث عن الثقافة الرفيعة كونه نخبياً، أما جمهور الثقافة الشعبية فهو أوسع، وجمهور الثقافة الفرعية أو المختصة بمجال محدد فهو الوسط نسبياً بين الأولين، ومع ذلك أن هذه الاعتبارات تخضع إلى المستوى الحضاري والثقافي للفرد والمجتمع، ومستوى تطور وغنى الحياة الثقافية في المجتمع، ومستوى توفر وطريقة توزيع وسائل إنتاج الثقافة وترويجها

ب - أما نوعياً، فيمكن القول أن الجمهور الثقافي نوعي، بمعنى أنه أرفع وأرقى وأكثر اهتماماً وجدية من الآخرين وتبقى المسألة نسبية تتوقف على نوعية الثقافة ونوعية الوسائل والنشاطات الثقافية

- ج-نقدياً، الجمهور المنقظ الذي يمتاز بمستواه التعليمي الجيد وخبرته ومتابعته، من الصحيح أن يتمتع بحس نقدي وتحليلي وانتقائي، وبالتالي يصبح من الصعب أن تقدم لهكذا جمهور ما هو غير مناسب أو غير مدروس بعناية حيث من الصعب إرضاءه ويعتبر جمهوراً إيجابياً وفعالاً
- د-يتميز المبدع عموماً بقدر من الذاتية والمزاجية، وقد تختلف هذه الصفة من مبدع إلى آخر، ولكنها سمة تسود في أوساط المنقظين
- هـ-الجمهور المنقظ غالباً ما يكون منحازاً، وقد يصل في تحيزه إلى درجة التعصب، وقد يكون التحيز لاتجاه أو لمبدع معين لو لدرسة معينة

### البرامج الثقافية

لا يمكن تحديد تعريف دقيق لبرامج الثقافية لأننا سبق وأكدنا أنه لا يخلو برنامج تلفزيوني من محتوى ثقافي، كما أن بعض البرامج تعد ثقافية في بلد معين ولا تعد كذلك في بلد آخر

كما أن بعض البرامج المتنوعة والمجلات التلفزيونية والبرامج الصباحية في العديد من القنوات الفضائية العربية تنعت بالثقافية وهناك من يعتبرونها برامج منوعات عامة، ويمكن تعريف البرامج الثقافية بأنها البرامج ذات الطبيعة الخاصة التي تتوجه أساساً إلى جمهور المستمعين بهدف التثقيف العام والخاص ونقصد بالخاص الذي يتوجه إلى الصفوة من السياسيين أو الأدباء أو العلماء والبرامج الثقافية تتمثل في طبيعة الإنتشار الثقافي من كبار إلى الصغار في حركة ديناميكية، كما تقوم على نماذج لها قدر من العمومية وعلى تبسيط المعارف والخبرات تبعاً للقدرات في مراحل النمو المختلفة، وبصورة مختلفة وبعبارات مختلفة عن تلك التي تستعمل في الحياة اليومية<sup>11</sup>.

<sup>11</sup> عبد الحميد بونس، مجلة عالم الفكر، اللغة الفنية، الكويت، 1971م.



### هل الأثر الثقافي للتلفزيون قاصر على مواده الثقافية؟

بعض محطات التلفزيون وليست كلها ولا غالبيتها تطلق على بعض قطاعات برامجها عبارة البرامج الثقافية وتعني بها مجموعة البرامج التي تتعرض بشكل مباشر للأنشطة المتصلة بالأدب والنقد الأدبي والدراسات الأدبية والفنون التشكيلية والمسرح والعلوم والدراسات الإنسانية، وما إلى ذلك وتقسيم البرامج إلى برامج إخبارية وبرامج ثقافية وبرامج ترفيهية أو فنية وبرامج تعليمية وبرامج أطفال وأخرى للمرأة وثالثة للضالحين إلى آخر هذه السلسلة من الوحدات البرنامجية، إنما هو تقسيم أصطلاحي بحث ومقصود به في الدرجة الأولى تيسير عمليات الإدارة والأرتفاع بالمستوى الحري في الإنتاجي وليس المقصود به تعريف طبيعة البرامج وتحديد نوعية جمهورها وما تخلفه فيه من أثر

ويحدد المصدر الأكاديمي البرامج التعليمية والثقافية - بالتعريف التالي، ( هي البرامج التي تقدم من خلال الإذاعة والتلفزيون بهدف تبسيط موضوع أو فكرة ثقافية في شكل مقبول يستفيد من إمكانات الفن الإذاعي والفن التلفزيوني، وتتميز البرامج بالتجديد والتبسيط في تقديم ثمرات الفكر والفن والعلم على أوسع نطاق) <sup>11</sup> وكما نلاحظ أن التعريف انطلق بشكل أساسي من المضمون

والواقع أن كل برامج التلفزيون يمكن أن يكون لها أثر في التكوين الثقافي للفرد والمجموع، سواء كانت برامج سينمائية أو حلقات مسلسل أجنبية أو عربية. بل أن مثل هذه البرامج تترك أثراً ثقافياً في الفرد والمجموع بطريق غير مباشر، بأكثر مما تفعله البرامج والدراسات والندوات الجادة المتصلة اتصالاً مباشراً بالأدب أو الفن أو العلم، والأثر الثقافي الذي تتركه قد يكون مباشراً أو

<sup>11</sup> مرس. البرامج التعليمية والثقافية

غير مباشر، بمعنى آخر أنه قد يكون عاجلاً، أو يظهر على المدى الطويل، ودون وعي من المستقبل<sup>(1)</sup>.

ويحدد الكتاب الأكاديمي البرامج التعليمية والثقافية والصادر من جامعة دمشق- مركز التعليم المفتوح- كلية الآداب قسم الإعلام ، شروط البرامج الثقافية بما يلي: ( البرامج الثقافية وسيلة لتحقيق الهدف الثقافي وعليها أن تستكمل عدة شروط تساعد على تحقيق وظيفتها وعلى رأس هذه الشروط

- أن يفيد من الإمكانيات الإذاعية (المسموعة أو المرئية) في تقديم الثقافة للجماهير في شكل مقبول
- أن يعتمد على تبسيط الثقافة تبسيطاً لا يهبط بمستواها وإنما يجعلها مفهومة.
- أن يتخطى عقبات الملل الذي يصاحب المادة الجافة، وأن يتحاشى أسلوب الإنتاج والتلفين، وذلك بأن تتسم بالتنوع بالموضوع والأسلوب والشكل، بما يتناسب مع اتساع مجالات الثقافة وتنوعها وغناها.
- أن تنوع البرامج الثقافية بحيث تحقق التنوع بين فروع الثقافة المختلفة.
- أن ترتبط هذه البرامج الثقافية بمفهوم الثقافة، بوصفها كياناً له مقوماته التي تميزه عن التعليم من ناحية وعن الإعلام والترشيد من ناحية أخرى.
- أن تضع في حساباتها أنها موجهة لغير المختصين وللشريحة الأكبر من المتلقين، بما يمكنهم من فهمها، واستيعابها، ومتابعتها، والاستمتاع بها في الوقت نفسه.

(1) من 141- سهر سيد أحمد جاد- رسالة الدكتوراه بعنوان- البرامج الثقافية في التلفزيون- دراسة في تحليل المضمون- تلفزيون جمهورية مصر العربية- جامعة القاهرة- كلية الإعلام - أشراف د. سمير محمد حسن، معهد كلية الإعلام جامعة القاهرة- د. سلوى أمام ، المشرس بقسم الإذاعة بكلية الإعلام- سبتمبر 1984م.



- أن تضع في حساباتها احترام حق التعبير، وأهمية الحوار، وتعددية الآراء وتبتعد قدر الإمكان عن الرؤية وحيدة الجانب<sup>(1)</sup>.
- أن معايير البرامج الثقافية، هو أن يتوجه إلى المتلقين من عامة الناس من جهة بغية تثقيفهم، ويتوجه إلى المثقفين علمياً وأدبياً وأكاديمياً بغية تهينة العقول لقبول الثقافة مهما تختلف فروعها، ومهما تكن مادتها
- أن الاهتمام بالبرامج الثقافية هي ضرورة إعلامية من قبل القنوات الفضائية والتي تحاول من خلال رسائلها المختلفة أن تخلق مناخاً ثقافياً خاصاً يشد المشاهدين إليها، كما يلعب التلفزيون دوراً هاماً في رعاية الآداب والفنون والعلوم الاجتماعية، وخصوصاً أن له القدرة على الارتقاء بالمستوى الثقافي المتوسطي ومحدودي الثقافة واشباع الحاجات الثقافية للمثقفين

### الدورة البرامجية التلفزيونية

بغية التخطيط العلمي لبرامج القنوات التلفزيونية، تقوم الإدارة المشرفة أو المسؤولة بوضع دورات برامجية فصلية، تتضمن العناصر المهمة والرئيسية لكافة البرامج التي ستقدم خلال الفصل مع حصة كل منها من ساعات البث وتضع الإدارة الأهداف العامة التي على ضوئها حددت تلك الحصص وما هو مطلوب من هذه البرامج، وغالباً ما تكون الدورات أربع أي لكل فصل دورة، ولكن ذلك ليس لازماً فمعظم القنوات الفضائية العربية تتبع نظام ثلاث دورات فصلية، بسبب وجود شهر رمضان، حيث له خصوصية وتهيئ لهذا الشهر برامج متنوعة خاصة تكون غالباً متميزة كما تكون الدورة الشتوية لبعض القنوات ستة أشهر، وغالباً ما تواجه برامج الدورة الصيفية بعض الإشكالات بسبب الإجازات الدورية للعاملين

(1) ص 203 - 209 - كمال صبح الحاج، والمطورة: نازحة الحور 2008

ومن خلال المتابعة واللقاءات الفردية مع المسئولين في القنوات الفضائية العربية ، تبين أن معظمها لا يلتزم بهذه الدورات البرامجية أو أنها غالباً ما تخضع للتغيير أو إلغاء بعض البرامج منها أو إضافة أخرى دون سابق إنذار، وبعض القنوات يعد دورة برامجية خاصة بشهر رمضان وتصنف على ضوء ذلك البرامج وحصة كل منها ضمن الدورة البرامجية وتخصص بالتأكيد حصة للبرامج الثقافية في معظم القنوات الفضائية العربية.

وغالباً ما تكون الدورات البرامجية فصلية، أي ربيعية، صيفية، خريفية،

شتوية

### التخطيط التلفزيوني

أن الحياة اليوم أصبحت من التعقيد مما يتطلب البرمجة والتخطيط لكل شيء، فكيف و القنوات الفضائية العربية التي أصبحت عاملاً مهماً في معظم أنماط الحياة، فالتخطيط في التلفزيون هو تفكير علمي سليم من أجل تحقيق الأهداف المرسومة التي تحددها سياسة القناة ضمن الخطط التي تضعها، ويعرف سعد لبيب التخطيط التلفزيوني بأنه (توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة أو التي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة، من أجل تحقيق أهداف معينة في إطار السياسة الإعلامية والاتصالية مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات)<sup>(1)</sup>.

والتخطيط التلفزيوني في المجال الثقافي مهم وأساسي ولا بد من اتباع أسلوب علمي من أجل تحقيق الأهداف المتفق عليها في المجال الثقافي، ولا بد من تحديد الوسائل والأساليب وتوفير المتطلبات البشرية والمادية واستثمار المتاح من أجل تنفيذ البرنامج بالفترة الزمنية المحددة، والتخطيط هو المرحلة النهائية لوضع السياسات الإعلامية ومن ثم ترجمتها إلى الواقع الملموس، أي أن

<sup>(1)</sup> سعد لبيب، التخطيط التلفزيوني في دولة الخليج، الرياض، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيون الخليج، 1985، ص 11.



التخطيط ينفذ الأهداف أو السياسات المقررة، والتخطيط الثقافي هو جزء من أساسي من التخطيط التلفزيوني.

### موسيقى التتر

قال كونفوشيوس لو أردت أن تعرف مقدار رقي أمة من الأمم فاستمع إلى موسيقاها

هذا عن الموسيقى بشكل عام أما موسيقى التتر فهي المقدمة الموسيقية التي ترافق البرنامج في بدايته ونهايته مع الأسماء والصور والكرافيك أوانها الموسيقى التصويرية للمسلسلات أو الأفلام أو البرامج وهي الجندي المجهول الذي نادراً ما يذكر، وغالباً ما تكون عاملاً من عوامل نجاح البرنامج أو المسلسل وأصبح الاهتمام يزداد بها، حيث شعر العاملون بأهميتها في ربط مشاعر المشاهدين، وإن عدم جودة موسيقى التتر أو الموسيقى التصويرية يؤدي بالتأكيد إلى ترك أثر سلبي ولو بسيط على هذا البرنامج أو المسلسل، و للبرامج الثقافية خصوصية إذ أنها تحتاج إلى هذه الموسيقى إذ يكون لها وقعا على المشاهد فهي جواز المرور الأول لنجاح البرنامج وجذب الجمهور.

وتوظف الموسيقى في بعض البرامج الثقافية كخلفية سائدة وأحياناً تكون واصفة لجوهر المادة التي يتوفر عليها البرنامج، وأحياناً تكون نابعة من بنية البرنامج الثقافي

وهي تكثيف لمضمون البرنامج بمدة لا تتجاوز الدقيقة وتسير بالتوازي مع الصور والكتابة والرسوم المرافقة

ولا يختلف اثنان على دورها في التأثير على المشاهد والمخرج هو صاحب الاختيار الأول لموسيقى التتر الملائمة لمقدمة ونهاية البرنامج الثقافي

## الإنتاج التلفزيوني:

الإنتاج التلفزيوني هي تحويل الفكرة إلى منتج نهائي a finished product مثل كتاب أو مسرحية أو فيلم سينمائي أو برنامج ثقافي أو غير ذلك كما تطلق هذه التسمية على جميع العمليات اللازمة لإنتاج برنامج للتلفزيون من الفكرة وكتابة النص وتوزيع الأدوار وحتى التسجيل وفي المجال الإعلامي يشير المصطلح المنتج إلى الشخص المسئول مسئولية كاملة عن أي إنتاج إعلامي ، (وقد يطلق على الشخص الذي يقوم بالتمويل الخاص بعملية الإنتاج وكذلك على الشخص المسئول مسئولية كاملة من الناحية الإدارية والمالية والفنية واختيار مجموعة العاملين في الإنتاج production team وعن الإنتاج ذاته من ناحية اختيار المخرج والممثلين والتوزيع وتحديد ساعات الإنتاج production hours بالإضافة إلى مسئولياته القانونية أمام الجهات المعنية، وإذا كان المخرج هو المسئول عن الحصول على المنتج النهائي كعمل فني إبداعي فمن البديهي أن يكون هناك تفاهم تام بين المنتج وبين المخرج، وقد يطلق المنتج يد المخرج بحرية تامة في جميع خطوات التنفيذ بشرط الالتزام بالميزانية المحددة للإنتاج<sup>11</sup>، أن الإنتاج في التلفزيون هو عبارة عن تحويل الفكرة الخلاقة المصاغة فنياً على الورق على هيئة نص أو شبه نص إلى مادة مسجلة على شريط فيديو أو تكون صالحة للبت طبقاً لمعايير محددة مقبولة ثقافياً وفنياً وفكرياً

## المخرج

هو قائد العمل، وهو الرجل المسئول عن إخراج البرنامج الثقافي وتحويل الألفاظ المكتوبة في النص إلى صور نابضة في الحياة، لذا يجب أن يكون ملماً بكل تفاصيل العمل الذي يتطلبه البرنامج الثقافي التلفزيوني، وهو أشبه بالمايسترو أو قائد الفرقة الموسيقية، ويتبغي أن تتوفر لديه خصائص شخصية معينة تمكنه من

<sup>11</sup> عبد المجيد شكرى، تكنولوجيا الاتصال، ص46.



النجاح، كالكفاية وحسن التصرف والتعاون، ويقوم بعد توزيع المهام والأشرف على الديكور والموسيقى وغيره، ويقوم بالأشرف على تسجيل البرنامج الذي يخرج، ويجلس في غرفة المراقبة أمام المنضدة الرئيسية ويجلس على يمينه المونتير الإلكتروني وعلى يساره سكرتيرة البرنامج ويكون معها نسخة من السيناريو مثلاً أو فقرات البرنامج وكل الملاحظات والتعليمات والتوجيهات المهمة عنه ويقوم المخرج بمتابعة اللقطات التي يعدها المصورون ويقوم بإصدار أوامره بالانتقال من كاميرا إلى أخرى

كما يصدر تعليماته إلى مهندس الصوت وتكون السكرتيرة إلى جانبه تنبهه إلى المطلوب، وهنا يتطلب منه قوة التخيل والمتابعة والتركيز على جميع تفاصيل العمل

## الإعداد والتقديم

### معد البرنامج

تعتبر وظيفة "معد البرامج من الوظائف المهمة، ف معد البرنامج هو العمود الفقري لأي برنامج تلفزيوني، كونه الإعداد هو الأساس الذي تبنى عليه بقية العناصر الأخرى مثل (التقديم، التصوير، الديكور، الإخراج، المونتاج... الخ) كما أن هذه العناصر تحول ما كتب على الورق إلى واقع ملموس وهذا النوع من الوظائف هو خليط من الموهبة والعلم والممارسة

### من هو معد البرامج؟

هو الشخص الذي يقوم بإعداد العمل التلفزيوني، وتطلق كلمة إعداد على المعالجة الفنية للنص من النصوص حتى يمكن تقديمه بالطريقة المناسبة التي تلائم طبيعة التلفزيون كوسيلة إعلامية.

وهناك نوعية معينة من البرامج تعتمد على السيناريو الذي يقدمه المعد أو الكاتب، لكن هناك برامج أخرى يقوم المعد فيها باختيار الموضوع والأشخاص المشاركين والاتصال بهم من أجل المشاركة في البرنامج والاتفاق معهم على كافة الخطوات وطبيعة الأسئلة التي سوف توجه لهم من قبل مقدم البرنامج في حوار مع الضيوف

وعلى الكاتب قبل أن يبدأ كتابته أن يفكر ويتخيل في كيفية ظهور ما يكتبه على الشاشة، كما أن على معد البرامج أن يستوعب جيدا مقومات صياغة الرسالة التلفزيونية، وكيفية استخدام كل عنصر فيها، لأن هذه العناصر هي مفردات لغة التلفزيون التي يصوغ بها ويعبر من خلالها عن أفكاره ومعلوماته ومشاعره وكل ما يريد توصيله للمشاهد

فالصورة ومكوناتها وزوايا التقاطها وشكلها وحجمها والأضواء والملابس والماكياج وحركات وإيماءات الشخصيات كلها عناصر على الكاتب أن ينتبه لها في النص الذي يكتبه على شكل تعليمات

أن هذه العناصر المرئية والصوتية وتضهم التقنية التلفزيونية وأجهزة الإنتاج من كاميرات وغرفة مراقبة وتحكم ومكان الإنتاج، وكيفية تنفيذ الإنتاج وهل سيتم تسجيل المنتج أو سيعرض مباشرة، كل هذه العناصر والمقومات تشكل فن الإعداد التلفزيوني

وبما أننا نتكلم عن معدّي البرامج، فيجب التنويه أن بعض البرامج الثقافية والعامّة في القنوات الفضائية العربية يعدها ويقدمها نفس الشخص وهذا يتطلب منه الانتباه والإلمام بجزئيات البرنامج كافة، وأحيانا يكون ذلك مصدر قوة ونقطة إيجابية، وفي أحيان أخرى يكون مصدر ضعف وجهد



ضائع، وهذا يتطلب إعادة النظر ومراعاة التخصص لابتغاء الدقة في المعلومة وتقديم الأفضل للمشاهد

### السمات والمؤهلات التي ينبغي توفرها في معد ومقدم البرامج

- تشترط معظم القنوات التلفزيونات العربية توفر مؤهل جامعي، وتمكن من اللغة العربية والإنجليزية
- القدرة على التعبير عن الأفكار وتجلى هذه القدرة في مقدرة على الكتابة
- القدرة على تحصيل المعرفة وفهم الآخرين وتحصيل المعلومات من خلال قدرته على القراءة والاستماع
- مستوى معرفي جيد بالموضوعات التي يكتب فيها أو يقدمها البرنامج.
- المعاشية للواقع والإحساس بمشكلات مجتمعه وموضوع برنامجه.
- القدرة على التخيل والابتكار
- الالتزام بالمعايير الأخلاقية كالصدق والموضوعية
- الإلمام بالتشريعات الإعلامية وهذه مسألة مهمة اليوم لتجنب الوقوع في المشاكل التي قد تخلق بسبب عدم الدراية.
- فهم التلفزيون كوسيلة إعلامية وخصائصها ومقوماتها
- الإلمام بالثقافة العامة، حيث أن هذه الثقافة تعد جزءاً لا يتجزأ من مدرّكات المعد أو المقدم ورصيداً مهماً من المعلومات التي كثيراً ما تعينه على أداء عمله بسلاسة.
- التزود بالثقافة التي تتصل بالعمل التلفزيوني، وما يربط ببرنامجهم كالموسيقى والتذوق الفني والتمثيل والنظريات الأدبية والفنية المختلفة لمن يعمل في إعداد أو تقديم البرامج الثقافية، أو عن العلوم والفنون التي تتصل بتخصص دقيق يكون المعد أو المقدم قد اختار العمل فيها.

▪ كما يجب أن يتمتع ببلرونة والقدرة على مواجهة المفاجآت، وهذا أمر يتعلق بطبيعة الإنتاج التلفزيوني، حيث تحدث العديد من المفاجآت والظروف المبتعدة في كثير من الحالات.

### تحليل المضمون Content Analysis

تختلف آراء أساتذة مناهج البحث حول طبيعة تحليل المضمون ، فهل هو مجرد أداة لجمع المعلومات التي تعتمد إجراءات منظمة وموضوعية وكمية لوصف المضمون وقياس العلاقات بين المتغيرات، أم طريقة من طرق البحث، والرأي الأخير هو المرجح، وقد تطورت استخدامات تحليل المضمون، حيث يوجد اتجاهان أساسيان في مجال استخدامه يركز الأول على الاستخدامات الوظيفية ويركز الثاني على مستوى التحليل

هنالك عدة تعريفات لتحليل المضمون، أوضحها هو الذي وضعه كرلينجر Kerlinger عام 1973م، بأنه (طريقة دراسة وتحليل الاتصال بطريقة منتظمة، موضوعية، وكيفية، بغرض قياس المتغيرات)، كما هنالك التعريف الذي وضعه بيرلسون Berelson عام 1952م، والذي يعرف تحليل المضمون (هو تقنية بحثي للوصف الموضوعي المنظم للمحتوى الظاهر للاتصال) وهذا التعريف أكثر انتشاراً ويتفق مع الأول في جوانب كثيرة على الرغم من أن التعريف الأول أكثر شمولاً، لأنه أضاف الوصف الكمي لمضمون الاتصال ويذهب محمد الوفائي 1989م، إلى وصف تحليل المضمون بأنه (طريقة مقننة وهي ليست منهجاً كما يسميه البعض، فهو ليس منهج تفكير، وإنما هو



وسيلة لجمع البيانات، وأسلوب للملاحظة أو المشاهدة أو تتبع الظاهرة بغرض تحليلها بتعميمات أو الإجابة عن تساؤلات أو جمع معلومات لرصد ظاهرة<sup>(1)</sup>.

فتحليل المضمون هو الطريقة المنهجية التي نستخدمها لكي نصف مضمون الاتصال سواء كان شفهياً أو مكتوباً أو من خلال الراديو أو التلفزيون مذاًعاً، وموضوعياً بطريقة منظمة منهجية، بغرض اختبار فروض علمية أو الإجابة عن تساؤلات بحثية

لذا فتحليل المضمون هو طريقة منظمة وكل مراحلها تتم طبقاً لقواعد واضحة ومتسقة مع بعضها البعض، وثابتة ويتسم تحليل المضمون بأنه موضوعي، أي أنه يجب أن يتم بمعزل عن تحيزات وأهواء الباحث وأنه يجب أن نحصل على نفس النتائج إذا كررنا التحليل بنفس طريقة البحث، (ومع ذلك فيجب التنويه بأن الموضوعية الكاملة مائة بالمائة لا تتحقق في تحليل المضمون لأن تحديد فئات ووحدات التحليل المتضمنة في البحث تخضع في أحوال كثيرة لذاتية الباحث)<sup>(2)</sup>.

كما أن تحليل المضمون يعتمد على القياس الكمي، وهذا يعني أن هدفه الوصف والشرح الدقيق لكم كبير من الرسائل، فالعد والقياس الكمي هام لتحقيق الدقة أولاً ، وثانياً لقياس العلاقة بين المتغيرات، واستخدام الأدوات الإحصائية

أما استخدامات تحليل المضمون ، فلم يعد يكتفي بالوصف، بل ويتعداه إلى اختبار العلاقات السببية، واختيار فروض لبناء وتطوير النظريات الاجتماعية

<sup>(1)</sup> مناهج البحث الإعلامي وطرق الإبداع الصحفي، تأليف وإعداد عطا الله الرمحين، نزار ميهوب، نهال منصور، عبد الله قيسية، منشورات جامعة دمشق- كلية الآداب- قسم الإعلام، مركز التعليم المفتوح، مطبعة جامعة دمشق، ط1، ص118.

<sup>(2)</sup> المصدر السابق، ص119.

والإعلامية، ومن الاستخدامات الوظيفية لتحليل المضمون هو وصف مضمون الاتصال، أي مجرد وصف المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام، ولا تكتفي بعض الدراسات بهذا الوصف، وإنما تتجاوز إلى تحليل اتجاهات المضمون، كما يستخدم تحليل المضمون لربط خصائص مصدر الرسالة الإعلامية، بخصائص الرسالة التي ينتجها هذا المصدر، وبالتالي تأكيد تختلف خصائص المضمون الذي تنتجه الوسيلة الإعلامية ذاتها باختلاف التوجه السياسي أو الثقافي للصحيفة أو التلفزيون... الخ

كما يستخدم تحليل المضمون لمقارنة مضمون وسائل الاتصال بالعالم الحقيقي، وفي تقييم صورة جماعة معينة في المجتمع والهدف من استخدام تحليل المضمون هو دراسة كم ونوعية التغطية الإعلامية لكل الفئات والجماعات في المجتمع لرصد اتجاهات التغطية كما يستخدم لتطوير واختيار نظريات علمية

ويمر تحليل المضمون بعدة إجراءات تبدأ بتحديد مشكلة البحث وصياغة الفروض والتحليل وبناء الفئات، وأجراء اختبار الثبات ومن ثم تحليل البيانات وتفسير النتائج

وتحليل المضمون حسب تعريف دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية، بأنه أحد المناهج المستخدمة في دراسة محتوى وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية، وذلك باختيار عينة من المادة موضوع التحليل وتقسيمها وتحليلها كمياً وكيفياً على أساس خطة منهجية منظمة

### مفهوم التأويل

يهدف التأويل في أصوله القديمة إلى تفسير النصوص الدينية المقدسة والكلاسيكية لأنها تتطلب فهماً من قبل المتلقي الذي كان يشعر بغموض



معناها، وقد أصبح مصطلح التأويل علما عاما في الفهم ومنهجيا لتفسير ظواهر العلوم الإنسانية والطبيعية، وبدأ التأويل مع بدء اللغة وكان يمثل الخطاب الملفوظ أو المكتوب، وفي هذا الشأن يقول الفيلسوف أرسطو (تشكل الأصوات المتلفظ بها رموزا لحالات النفس، فكما أن الكلمات المكتوبة تشكل رموزا للكلمات المتلفظ بها داخل الكلام)<sup>(1)</sup>.

أن التأويل بالمعنى الأرسطي لا يذهب إلى تلك العلاقة الدينامية بين مختلف الدلالات داخل النص، أي ما تمارسه لغة داخل لغة ثانية، بل يقتصر على ما فعله أصلا اللغة الأولى بتوسطها علاقتنا بالأشياء عبر علاماتها ورموزها وقد انشغل العرب والمسلمون بالتأويل فيها هو الفيلسوف ابن رشد يقتضي اثر أرسطو ويعرف التأويل بقوله ( أنه إخراج دلالة اللفظ من الدلالة الحقيقية إلى الدلالة المجازية من غير أن يخل ذلك بعادة لسان العرب في التجوز من تسمية الشيء بشبيهه أو سببه أو لاحقه أو مقارنه أو غير ذلك من الأشياء التي عدت في تعريف أصناف الكلام المجازي )<sup>(2)</sup>.

أما الجرجاني فقد ذكر، (أن المعنى إذا أتاك ممثلا فهو في الأكثر ينجلي لك بعد أن يحوجك إلى طلبه بالفكرة وتحريك الخاطر والهمة في طلبه وما كان منه الطف كان امتناعه عليك أكثر وإياؤه اظهر واحتجابه اشد)<sup>(3)</sup>. وفي العصر الحديث اخذ التأويل دلالات محدثة حيث يعرفه منصف عبد الحق ( أنه العلم الاستمولوجي الأساسي الذي من خلاله يتم التعقل وإنتاج المعرفة قبل أن يكون مجموعة أفكار وتصورات حول الألوهية والإنسان والكون)<sup>(4)</sup>.

<sup>(1)</sup> بول ريكور ، النص والتأويل، ترجمة منصف عبد الحق ، مجلة العرب والفكر العالمي، بيروت ٩٣، ص 51، 1988.

<sup>(2)</sup> ابن رشد ، فصل المقال ، مقدمة ابن رشد، إشراف سحاح الزين ، بيروت ، دار الأفاق الحديثة 1987 ، ص 22.

<sup>(3)</sup> عبد القاهر الجرجاني، أسرار البلاغ، ط ٢، تحقيق د. ريتلا ، بيروت ، دار المسيرة ، 1983، ص 126.

<sup>(4)</sup> منصف عبد الحق، اللغة وإنشائية التأويل، مجلة الوحدة ، المغرب ، ٩٣، 1982، ص 128.

أما باتريس يافيس فيحدد التأويل في قاموسه بأنه (منهج لتفسير النص أو العرض وهذا التفسير يقترح معنى يأخذ في اعتباره موقف المتلقي من الإفصاح عن رأيه وتقييم العمل الفني)<sup>11</sup>

يرتبط التأويل بشبكة واسعة من قضايا الإنسان وعلاقته بالمجتمع حيث يعكس القيم والمبادئ والأعراف لذلك المجتمع أو يستند إليها ويخضع لضروراتها ومن هنا تختلف العملية التأويلية من مجتمع لآخر ومن فرد إلى آخر

### التأويل في اللغة:

عرف اللغويون معنى التأويل في اللغة، وأوضحوه بشكل محدد ودقيق نذكر من تلك التعاريف التالية

قال ابن الأثير في النهاية (والتأويل هو من الشيء يؤول إلى كذا، أي رجع، وصار إليه)

وقال الراغب الاصفهاني (التأويل من الأول، أي الرجوع إلى الأصل ومنه المؤول للموضع الذي يرجع إليه وذلك هو رد الشيء إلى الغاية المرادة منه، علما كان أو فعلا، ففي العلم نحو (وما يعلم تأويله إلا الله والراسخون في العلم)، وفي الفعل كقول الشاعر وللتوى قبل يوم البين تأويل) ، أي بيانه الذي هو غايته المقصودة منه

وقد حدثت على مر العصور معركة فكرية حول منهج التأويل وما أنتجه من فكر ومعرفة

- أن التأويل أسلوب معرفي عام يستعمله العقل البشري لاكتشاف الغوامض مما يشير إليه اللفظ أو الحدث أو الرمز، فقد اعتاد الناس ولأسباب

<sup>11</sup> باتريس يافيس ، قاموس المسرح ،نبوات ومصطلحات ومفاهيم التحليل المسرحي، ترجمة ، احمد المأمون ، المغرب ، 1980 ، ص 312



فنية أن يعبروا عن مقاصدهم أحياناً بطريقة لا تكشف إلا بالتأويل، كما أن بعض الأفعال والحوادث الصادرة عن الإنسان أو الحيوان أو النبات أو الجماد إنما هي رموز تكشف عن حقيقة غير مصرح بها في ذلك الفعل أو الحدث، واستنتاجها هو التأويل.

**الخلاصة:** تمثل الثقافة مجموع الظواهر المميز ة التي يختص بها المجتمع، فالثقافة هي محور حيوية المجتمع وأداة دوامه وتجده، وقد عرف تايلور (الثقافة بأنها ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة والعقائد والفن والأخلاق والقانون والعرف، وكل القدرات التي يكتسبها الإنسان من حيث هو عضو في المجتمع)<sup>(1)</sup>.

كما القينا الضوء على المفهوم العام والشامل للثقافة بمفهومها الحضاري والاجتماعي، لذا فإننا نتناول البرامج الثقافية من منطلق اهتمامها بالمجتمع ككل باعتباره محوراً للثقافة، لذا فالبرامج الثقافية هي البرامج التي تسعى إلى التركيز على الجوانب السلوكية الإيجابية، والمساهمة في تطوير المجتمع والنهوض به في حياته المتجددة، بما فيها من أفكار واتجاهات، وكل ما يخص سلوك الناس وأهدافهم وتطلعاتهم

### إنتاج البرنامج التلفزيوني

أن إنتاج البرامج التلفزيونية تخضع لإدارة عامة تقوم بدراسة فكرة البرنامج وتعديلها إذا لزم الأمر، تضيف أو تحذف منها، وعندما تلقى الفكرة القبول يبدأ التخطيط الفني لإنتاجها، كما تعد لها التكاليف المالية والعقود اللازمة وتكاليف الإنتاج وغير ذلك

(1) نصر محمد عارف، الحضارة المتدنية، دراسة لسيرة المصطلح ودلالة المفهوم، واشنطن، المعهد العالي للفكر الإسلامي، 1995م، ص19.

ويخضع إنتاج البرنامج التلفزيوني إلى عدد من الخطوات الهامة والرئيسية وهي:<sup>11</sup>

### **أولاً، الفكرة**

حيث يتم دراسة الفكرة المطلوب تنفيذها للبرنامج ومدى صلاحيتها وموافقة الرقابة والمصنفات الفنية ومدى استجابة المشاهدين لها من خلال تقارير يتم إعدادها في هذا الشأن

### **ثانياً، نوعية المشاهد**

يتم فيها تحديد نوعية المشاهد حتى يمكن تقديم البرنامج بالشكل الذي يناسب هذه النوعية من المشاهدين، وقد تكون نوعية المشاهد من النخبة أو رجال الفكر أو العامة الخ

### **ثالثاً، الزمن**

حيث يتم دراسة الوقت المطلوب فيه عرض البرنامج على أن يرتبط بنوعية المشاهدين. فلا يصح مثلاً أن نقدم برنامجاً للموظفين خلال الفترة الصباحية التي يكون فيها الموظف في المصلحة التي يعمل بها أو نقدم برنامجاً للطلاب خلال فترة الدراسة وهكذا

### **رابعاً، المادة العلمية**

وتأتي خطوات إعداد المادة العلمية للبرنامج من المختصين أو الخبراء أو المؤسسات أو الهيئات المتخصصة الخ

---

<sup>11</sup> سعيد الكباشي، إنتاج المواد الإعلامية، ص 127



### خامساً، النص

يتم إعداد النص الذي سوف يصاحب الصورة ،ومن هنا يجب اختيار الكاتب الذي يقدم النص الذي يخدم البرنامج المطلوب إنتاجه .

### سادساً، عرض البرنامج

انه من الضروري معرفة الطريقة التي سيعرض بها البرنامج بمعنى هل سيعرض على الهواء مباشرة أو خلال التسجيلات أو عن طريق الاستوديو أو المكاتب الإعلامية .

### سابعاً، مقدم البرنامج

وتأتي خطوة اختيار مقدمي البرنامج وذلك حسب أهمية البرنامج ونوعيته وهل يعتمد على مقدم واحد أو أكثر

### ثامناً، الإمكانيات الفنية

يجب دراسة الإمكانيات الفنية المتمثلة في استخدام الديكور والمواد المصاحبة للنص من رسوم أو خرائط أو وسائل توضيحية بالإضافة إلى استخدام الملابس والإكسسوارات والماكياج وغيرها .وتوفير كل هذه العناصر الفنية ولوازمها

### تاسعاً، تجهيز الكاميرات

ثم تأتي خطوة تجهيز الكاميرات ومعدات الصوت والإضاءة والمؤثرات الصوتية الخاصة والمطلوب استخدامها وكذلك أعداد وتجهيز أجهزة قياس الصوت والإضاءة

## عاشراً، تحرير العقود

وتأتي مرحلة تحرير العقود والإرتباط النهائي بالميزانية التي تشمل عادة على أيجار الاستوديو وأجور المشتغلين في البرنامج وإيجار الملابس والإكسسوار وأعمال الديكور والتصوير الخارجي إن لزم الأمر

## أحدى عشر، استمارة التنفيذ

وهنا يجب أن تحرر استمارة التنفيذ التي يدون فيها اسم البرنامج وفكرة مبسطة عنه ومدته الزمنية - وعدد الحلقات ووقت التنفيذ وموعد حجز الاستوديو والتصوير الخارجي إن لزم الأمر - وحجز الكاميرات ونظام التصوير فيديو أو تلي سينما أو قمر صناعي بالإضافة إلى بيانات أخرى في الاستمارة الخاصة بالبرنامج والتي تشمل على اسم المخرج وأسماء المتعاونين الخ

يتضح لنا مما سبق كيفية إنتاج برنامج تلفزيوني بشكل عام، ولكن للبرامج الثقافية خصوصية تتطلب اختيار موفق للقائمين بالاتصال من مخرجين ومعدّين ومقدمين كما أسلفنا

## الإنتاج المحلي

يعتبر إنتاجاً محلياً كل برنامج قامت بإنتاجه مؤسسة تلفزيونية وطنية، وذلك بغرض عرضه ضمن برامجها التلفزيونية، أو إذا قامت بإنتاج البرنامج مؤسسة فنية إعلامية وطنية لحساب مؤسسة التلفزيون الوطنية ليعرض ضمن برامجها، ويشترط أن يتناول أحد أوجه الثقافة المحلية

## القنوات الفضائية

يشكل البث الفضائي اليوم عصب الاتصالات الدولية، فقد ألغيت

المسافات وغدا الإعلام الفضائي يشكل قضية سياسية في عصر تكنولوجي



الاتصال، حيث أتاحت الأجهزة الاتصالية المتطورة اليوم الاتصال السريع والمباشر ومعايشة الأحداث، أولاً بأول، وقد أصبحت القنوات الفضائية من الموضوعات التي تشغل اهتمام صنّاع القرار والرأي العام والقادة، ككونها وسيلة من أنجح الوسائل وأضمنها وأكثرها تأثيراً لتحقيق الاتصال المطلوب وبلا شك فإن القنوات الفضائية اليوم تمثل أكبر وأخطر إنعطاف في ثورة الاتصالات

وإزاء هذه التطورات المتواصلة في تكنولوجيا الاتصالات، بدأت العديد من القنوات الفضائية العامة والخاصة تلعب على أوتار المكبوت العاطفي، ونجحت في اجتذاب نسبة عالية من الجمهور من خلال البرامج الترفيهية وأخرى أخذت تعمل على عنصر المكبوت السياسي من خلال برامج تستخدم الإثارة في العرض والتقديم، في الوقت الذي تفتقد فيه القنوات الفضائية العربية الرسمية قدرتها على المناقشة

### المضمون في البرامج الثقافية

اعتادت الكثير من القنوات الفضائية العربية أن تقدم برامج ثقافية خالصة موجهة إلى الصفوة المثقفة التي قد لا تناسبها البرامج الثقافية التي تقدمها المحطات العامة

وإذا كانت الوظيفة الإعلامية تتمثل في نقل التراث الثقافي وتنشئة الأجيال الجديدة في المجتمع من أجل تحقيق التآلف بين لأفراد المجتمع وتطوره وتنميته حيث يكتسب الفرد ثقافة جماعته أي أساليبها الاجتماعية، والتنشئة الاجتماعية هي عملية مستمرة من الطفولة حتى الشيخوخة، أن أبرز المضامين التي تؤكد عليها البرامج الثقافية هي الأدب وفنونه والقضايا والنشاطات الأدبية من شعر وقصة ورواية ونثر ومسرح ومناهج النقد والتراث الأدبي، القديم

والحديث، كما كان لدراسة تجارب الشعوب الأخرى في مجال الأدب حصة ضمن العديد من البرامج الثقافية.

تضمنت العديد من البرامج الثقافية مواضيع متنوعة المضامين والأشكال، بدءاً من المواضيع المعنية بالثقافة الرفيعة إلى الثقافة الخفيفة عبر مختلف أشكالها كالمسرح والموسيقى والغناء والفن التشكيلي والرقص والباليه، كما ساهمت بعض البرامج المتنوعة إلى نقل القيم وأنماط السلوك الإيجابية وبأشكال فنية مختلفة كما كان للجوانب النقدية في شتى الفنون المذكورة نصيب جيد، لكن كل ذلك ظل مرهوناً بعدد ضئيل من القنوات الفضائية العربية.

أن نجاح البرامج الثقافية يتطلب تخليصها من الطابع الإخباري ومعالجة نوعيتها، وأن تطويرها يرتبط بتطوير مضمونها وتحقيق التكامل بين الشكل والمضمون، ويحتاج من مخرج ومعد البرنامج أن يحدد بدقة الأفكار التي يراد توصيلها للمتلقى وتحديد الأهداف وبالتالي تعيين المصادر التي يمكن أن يستخدمها ويستفاد منها معدوا البرنامج الثقافي.

البحث يحاول من خلال الاستبيان الذي حدده أن يحدد المصادر التي يعتمد عليها القائمون بالاتصال كما أن البرامج الثقافية الموجهة إلى النخبة كانت تقدم مضامين تراعي التقاليد الجمالية وكان الجمهور المتتبع لها وهو عادة ما يكون من المثقفين يستجيب لها ويتابعها في حس نقدي، وهذه البرامج تصل أحياناً إلى درجة من الحرفية الدالة على الموهبة والعبقرية في مجال الاختصاص، لاسيما إذا كان من يعد أو يقدم هذا البرنامج من الصفوة الثقافية أو يتم تحت إشرافها وهؤلاء قمع في مجال الجماليات والثقافة والترفيه، ويمكن القول أن ثقافة الجماهير قد استمدت أساسياتها من ثقافة الصفوة التي كانت هي الأساس في بناء صرح الثقافة المعاصرة، والخوف أن تبتعد الثقافة الجماهيرية



عن ثقافة وأشراف الصفوة وبالتالي تعم الثقافة السطحية والسادجة والتي تحرم المتلقي من التفكير أو البحث أو الاستنتاج وغالبية المضمون الثقافي تنقله اليوم وسائل الإتصال الحديثة وخاصة الفضائيات، وتترك هذه البرامج أثرها الثقافي في المشاهد بطرق مباشرة وغير مباشرة

### الخلاصة

أن التلفزيون اليوم أصبح يؤثر ثقافياً، ليس من خلال مضمون البرامج الثقافية التي يقدمها، بل أنه ينتقي للمشاهد محتوى وتوجه هذه الثقافة، وهنا يؤكد أديب خضور، (أهمية الدور الثقافي الذي تلعبه وسائل الإعلام الجماهيري في الوقت ذاته، لأن دورها لم يعد يقتصر على توصيل ونشر الثقافة، بل أصبحت تؤثر بشكل أساسي في عملية انتقاء محتوى الثقافة، وحتى في إبداع هذا المضمون ومرة أخرى نجد وسائل الإعلام الجماهيري تقع في ملتقى طرق مشكلات الثقافة الحديثة، لأنها أتت لترفد طرائق التحصيل الثقافي التقليدية)<sup>11</sup>.

### البرامج الثقافية وكفاءة المتلقي

أن أهم المشكلات التي تواجه البرامج الثقافية في التلفزيون تتعلق بقدرة القائمين بالاتصال عليها في تحديد حاجات المشاهدين وبالتالي وضع الخطط لبرامج ثقافية تلبي حاجة المتلقين وأفضل القوالب والأساليب والمواضيع التي تنمي حقاً الوعي لديهم، مستفيدين من المزايا التي تتوفر في البث التلفزيوني لقد ساعد انتشار التلفزيون وما يتمتع به من خصائص جعلته مؤثراً في الحياة الاجتماعية والثقافية، حيث نجح في الوصول بالمشاهد إلى مكان الحدث وأخذ يؤثر على الأفكار والقيم والاتجاهات والسلوك، وأكدت الدراسات الحديثة

<sup>11</sup> أديب خضور، أسئلة الصحافة في جامعة دمشق، ترأسها للقرينة، المكتبة الإعلامية دمشق 1998.

أن للتلفزيون أثراً إيجابية ومفيدة من حيث كونه وسيلة توعية مهمة فهو في كل ما يقدمه يكون له أثر ثقافياً مباشراً أو غير مباشر، وقد يكون هذا التأثير مجرد إضافات لمعلومات جديدة أو خلق اتجاه جديد أو إضعاف اتجاه قديم أو تحويل رأيه بمفهوم معين إلى مفهوم جديد أكثر دقة، وقد يكون التأثير في خلق قيمة جديدة أو تدعيمها أو توسيع المعرفة بها، ولا يقتصر التأثير الثقافي على البرامج المعنية بالأدب والفنون والعلوم الإنسانية البحتة، بل أن كل المواد التي تعرض تحمل تأثيراً ثقافياً معيناً ما دام لها علاقة بالتراث الفكري والفني أو تلمح إلى زرع وخلق قيم معينة

ويمكن القول ومن خلال المتابعة المستمرة للبرامج الثقافية التي تعرضها القنوات الفضائية العربية، أن هناك القليل من القنوات نجحت في تقديم مواد ثقافية غنية في مضمونها وجميلة في شكلها، ولكن للأسف أن الأكثرية من برامج القنوات الفضائية العربية تغلب عليها سمة التسلية والبرامج أو المسلسلات الدرامية والبعض الآخر ابتلى بالموضوعات السياسية، وتتحول حتى البرامج الثقافية على قلتها إلى برامج شبه سياسية بالدرجة الأولى أو لخدمة الأفكار التي تتبناها السلطات

هناك العديد من البرامج الثقافية التلفزيونية استطاعت أن تلبي حاجة المشاهد وتنمي وعيه الثقافي عبر ما تقدمه من مضامين ويقوالب حديثة جذابة، بعيدة عن الملل والتكرار نلاحظ أن برنامجاً ناجحاً جداً وهو برنامج "رواق" والذي يعبه ويقدمه أحمد علي الزين، والذي يقدم من القناة الفضائية العربية قد نجح وحاز إعجاب الكثيرين، لجمال أسلوب التقديم وتنوع المضمون الذي يعكسه، ويعود الفضل في ذلك بالدرجة الأولى إلى المبدع والمقدم أحمد الزين والذي هو إنسان مثقف وصاحب خبرة تزيد عن الأربعين عاماً في المجال الثقافي بشكل عام



كما أن هنالك بعض القنوات الفضائية العربية التي تقدم برامج ثقافية جيدة، لكنها غير معروفة أو لنقل غير مشاهدة قليلون هم من يشاهدونها كقناة عمان الفضائية والتي لديها برامج ثقافية نوعية في العديد من المجالات منها برنامج آفاق ثقافية

### الملامح الايجابية في البرامج الثقافية

الجوانب الإيجابية للبرامج الثقافية عديدة، فهي إلى جانب كونها مواد ترفيهية وتنمي الذوق والإحساس الجمالي للمشاهدين، فهي زاد ثقافي وإنساني مهم خصوصاً لو قدمت في قوالب فنية راقية ومترابطة مع مضامين جيدة

أن أبرز السمات الإيجابية لهذه البرامج يمكن إيجازها بما يلي

#### 1 - إيصال الثقافة

يرصد التلفزيون الواقع الثقافي والحياة الثقافية، ويحاول من خلال برامجه الثقافية والمنوعة الأخرى نقلها إلى المشاهدين ويطلعها عليها ويجعلها في متناولها، بسهولة ويسر ودون جهد أو نفقات

#### 2- ترويج الثقافة

أن نقل الثقافة بطريقة سهلة يعني تسهيل توسيع دائرة المهتمين بالثقافة والقضايا الثقافية، وهذا يعني ترويج المادة الثقافية بشكل واسع

#### 3- تنوع المضمون الثقافي

للتلفزيون ولما له من خصوصية في نقل البرامج الثقافية بالصورة والصوت تصبح له الإمكانية لتقديم برامج مختلفة ومنوعة المحتوى والمضمون ويفرزة ويبرز أو مستويات ثقافية مختلفة

#### 4- إعطاء طابع ديمقراطي للثقافة

فاليوم ويفضل التلفزيون والقنوات الفضائية أصبحت الثقافة ملكاً للجماهير، وأخرجت من عزلتها، ولم تعد محصورة في موضوعات معينة، وتقدم اليوم بقوالب فنية عديدة لجميع الناس وليس لشريحة معينة

##### 5- تقديم المادة الثقافية بشكل فني مناسب

من شأن الأشكال الفنية المناسبة المتنوعة حسب نوعية المادة والجمهور المراد إيصال المادة الثقافية له واعتماد لغة تعبيرية تلفزيونية خاصة، كل ذلك يجعل هذه البرامج الثقافية أكثر مقدرة على الانتشار والوصول والمتابعة والقبول وبالتالي التأثير

##### 6- تركيز الانتباه

أن عملية الاختيار التي يقوم بها التلفزيون مكنته من تركيز انتباه المشاهدين على القضايا الثقافية التي يريد إيصالها، وبالكيفية التي يراها مناسبة وفي الوقت الذي يريد

##### 7- إبداع مادة تلفزيونية جديدة وخاصة

لقد أصبح التلفزيون يقدم مادة تلفزيونية خاصة به وتمتلك أشكالاً ومضامين خاصة، مناسبة للتلفزيون من حيث التقنية ولغة التعبير ونوعية الجمهور

أن الأنية والحيوية اللتين يتمتع بهما التلفزيون تمكنانه من إبداع مادة ثقافية جديدة تعالج قضايا ومشاكل ساخنة وراهنة، وذلك بعكس الأدب والفن اللذين قد يتأخرا في معالجة هذه القضايا وهذا من شأنه أن يساهم في إعطاء المزيد من الحيوية للمادة الثقافية التلفزيونية، وفي معالجة المشاكل والقضايا الراهنة التي تهم أوسع الجماهير، وفي المساهمة في تقديم معلومات وآراء ومعالجات جديدة لقضايا وأمور معيشية أو فكرية أو اجتماعية أو علمية راهنة



الأمر الذي يساهم في إشراك الجماهير في فهم ووعي مشاكلها، وإيجاد قدر من الوعي بهذه المشاكل، وربما الاشتراك في معالجتها<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> أنيب خضور، دراسات تلفزيونية، المكتبة الإعلامية، دمشق 1998، ط1، ص12.

## الفصل الرابع

### الإعلام وثقافة الصورة



## عصر ثقافة الصورة

ونحاول هنا في البحث أن نشير إلى الثقافة كمضمون، وبين النوعاء البرامجي التلفزيوني، من حيث الشكل والمحتوى، لذلك نحاول التعرف على ماهية البرامج الثقافية من عدة جوانب

- أولاً من حيث المضمون.
- ثانياً من حيث المفهوم
- ثالثاً من حيث الهدف
- رابعاً من حيث النواحي الفنية

إذا جاز لنا توصيف عصرنا الذي نعيش، فهو باتفاق الأراء أننا نعيش عصر الصورة، ومن ثم فإن الشكل الثقافي السائد لعصرنا هو ثقافة الصورة، وفي مواجهة هذه الظاهرة التي هي جديدة بالرغم من زحفها الكاسح، تفجرت احتجاجات انتقادية لا ترى في هذه الظاهرة إلا تهديداً مدمراً للهويات، وإلغاء لأنماط ثقافية جهدت الإنسانية في إنجازها قروناً وقروناً من السنين

وبالرغم من بعض الحقيقة في هذه المقاربات النقدية، فإن الاستسلام للحديث عن ثقافة الصورة ككسر مطلق، إنما يفوت علينا فرصة الاستفادة بأي خير قد يكون موجوداً في ثنائياها، وواجبنا نحو أمتنا وثقافتنا العربية، يحتم علينا أن نجد في البحث، حتى لا نخسر فرصة قد تكون متاحة عبر هذا الاجتياح الثقافي الخطير.

العالم يجتاحه طوفان من الصور، هذه حقيقة لا مرأ فيها، فللمرة الأولى في تاريخ البشرية الطويل على هذه الأرض، بات في مقدور بلايين البشر أن ينالوا قدراً من التجليات البصرية للتقنيات الحديثة، سواء كانوا فقراء يتجمعون حول بث الفضائيات في المقاهي الرخيصة ورقميات التواصل المصورة في

مقاهي الإنترنت، أو ميسورين يمتلكون في بيوتهم أحدث أجهزة التلفزيون واستقبال الفضائيات وأثنى أجهزة الكمبيوتر القادرة على الاتصال السلكي واللاسلكي بشبكة المعلومات العالمية، بل الكوكبية فإذا أضفنا إلى ذلك مصادر الصور المتاحة الأخرى، من شرائط مصورة، رقمية ومغناطيسية، وأقراص مرنة وأخرى مضغوطة، وأجهزة قادرة على بث الصور الرقمية وغير الرقمية في كل ذلك، فإننا نكون في مواجهة طوفان حقيقي من الصور ولا يتبقى إلا أن نقرر هل نطفو على سطح هذا الطوفان، أم أننا نغرق فيه؟

### من المعيش إلى المرئي

لقد باتت الصورة جزءاً من الواقع المعيش في زمننا، وربما صارت بديلاً له بل حتى أداة تصنيع لعالم متخيل غير حقيقي ينوب عن العالم الحقيقي لأهداف وغايات لا يمكن أن تكون حميدة في معظمها، وإن كان بعضها حميداً من زاوية واقعنا العربي، فالصورة تعيد إنتاج العالم فتغدو حدثاً محسوساً مما يقوي من دورها ويفرض وصايتها على المشاهد الذي تبتلعه بهيمتها ولا تدع له فرصة للتأمل، وهي بالطبع وافد يحمل في جعبته من الخبايا ما يحمل، ولقد ذهب أحد المفكرين الغربيين وهو (جي ديبيور) Guy Debord إلى القول إن المنتج الأساس للمجتمع الحديث (أي الأوروبي أو الغربي تبعاً لرؤيته) هو مجتمع المشاهدة، والمشاهدة، تبعاً لتعريفه، هي مردود الصور المتراكمة بتراكم رأس المال فما كان مادياً غداً تمثيلاً للمادة، وفي هذا الطريق أيضاً يذهب البعض إلى القول إن العولمة ماهية (لا صنيعة) الصور المتبادلة عبر الوسائط الإلكترونية، وترتب على ذلك تغيرات في وسائط الاتصال التقليدية أناحت مصادر جديدة لتخيل الذات والآخر بل إنها لا تتوقف عند حدود مجرد الاتصال، بل تمارس التأثير بأكثر الأدوات نفوذاً ومكرراً، وهي الصورة، ومن ثم تمارس إعادة الصياغة الثقافية للبشر تبعاً لإرادة صانعي الصور ومروجيها، وهذه الصياغة لا تتوقف عند أنماط التفكير



المسايرة لإرادة المهيمنين، بل تعتمد إلى صياغة تقاليد وافدة في الطعام والشراب واللباس والمسكن وحتى في السلوك العام اليومي، كما في الفنون بجميع أنواعها وهكذا لم تعد الصورة مجرد أطياف من أثير بل أصبحت أداة حضر وتشكيل وصياغة لمتلقيها، أي إخضاعاً لاشعوريا لإرادة خارج الذات التي لا تصنع أو لا تشارك في صنع هذه الأداة، كما تُتهم عاصفة الصور بكونها مسيرة للقطيعة مع أشكال الماضي بكافة، وفي قلبها الهويات الثقافية الخاصة أو المحلية لبعض الشعوب التي لم تعد تصنع حاضرها وتاريخها، بل يصنعهما لهم الآخرون الأقوى بمعايير عالم اليوم، وصناعة الصورة هي واحدة من معايير القوة لدى القوى المهيمنة الآن.

هذا الواقع الجديد، الذي تصوغه «عاصفة الصورة» دفع ببعض من مثقفينا للشكك المشروع عند تناولهم للظاهرة، تقول الدكتورة ماري تريبز «ينبغي إذن التعرف على العلاقة بين الضرر والتكنولوجيا، وما أفضت إليه من ممارسات سلطوية جديدة متخفية في ثقافة الصورة، نتيجة اختراق اقتصاد السوق للمعاملات بين الذات والآخر، خاصة بظهور مجتمع المشاهدة، فقد تزامن نمو مجتمع المشاهدة مع النمو التدريجي للتكنولوجيا المستخدمة في تمثيل الذات والآخر عبر المنافذ البصرية المتنوعة».

إذا لم تكن محاولة تمثيل الواقع المحسوس بالصورة. في أحد جوانبها إلا تكريساً لهدف غير ثقافي، أو مضاد للثقافة المحلية على الأقل، وسكباً للماء في مطاوعة اقتصاد السوق بأبشع ملامحها شراعية ورغبة في الهيمنة، وبمنطق واليات سياسة «التسويق» التي لا تتعامل مع البشر وعالمهم إلا كعمسهلكين وسلعاً للاستهلاك، وهو ما يمكن أن ندعوه تجاوزاً ثقافة الاستهلاك أو «الثقافة الاستهلاكية»، التي لم تستثن مجالاً إلا وحاولت اختراقه، ابتداء من ساحات الطعام التي بثت فيها حمى «الوجبات السريعة»، حتى الفنون التي تحاول انتزاع

العنصر البشري والإنساني في إبداعها وإحلال الهندسة والتقنية الرقمية في إخراجها للناس وبمنطق الإنتاج بالجملة وللعموم، كأي سلعة ابتداء من أحذية الرياضة حتى الوجبات الجاهزة، وهو ما ينتقده مفكرون غربيون معاصرون مثل سايمن بني Simon Penny بقوله «إن التكنولوجيا ساهمت في تقديم تقنيات السرعة والدقة وتوفير الجهد، فارتبطت بالاستهلاك السريع استجابة لمتطلبات السوق، ويستحيل على الفنان التعامل مع الأجهزة الإلكترونية من دون التعامل مع اقتصاد السلع الاستهلاكية».

إن القطيعة مع الماضي، التي يجري إحداثها بسكين «عاصفة الصور» في «مجتمع المشاهدة»، وبمنطق اقتصاد السوق، وتوجهات العولمة، لا تستهدف أنماط العيش فقط، بل حتى الفنون، والآداب، والتقاليد المحلية، وكل هذا لا يجري بالضرورة، تحقيقه بفعل «المؤامرة»، لكنه يتم بطبيعة هذا المنجز التقني المرتبط بثقافة الصورة، التي لا تزال بحكم نشأتها وتطورها والمزيد من تطويرها وترويجها، بعدا ثقافيا وافداً يفقد الأصالة، ولا تزال تنقصه المواءمة مع الجذور الخاصة بمعظم بنية الثقافة العربية، وحتى هذه اللحظة التي تتراكم فيها متغيرات جامحة، ويولد فيها جيل عربي جديد محاصر بكل مسببات القطيعة مع ثقافته الأم، ومدفوع بإغراءات قوية للذهاب بعيدا في طوفان الصور.

يقول الدكتور خالد حسين، بحرارة تنبثق من رؤيته لثقافة الصور كغزو، بل وحش يستهدف التهام الوجود الإنساني واستبدال عالمه بعالم بديل هو عالم المرئي «يتبدى المشهد الكوني كما لو أن الأمر يتعلق بغزو مؤجل، فانفلت من عقائه في غفلة مريعة من مشيئة المقتدرين على أمره، وياندهال صامت ومحير من الطرف المستهدف بالغزو، هكذا حال العالم اليوم مواجهة سيل الصور وهي تجتاحه تحت طائلة الهيمنة والإمبريالية الجامحة لجنونها، تأتي الصور لتنتقم لحضورها الغائب في غمرة الزمان المنقضي لتستيقظ فجأة وتلتهم العالم



بلدة، وتحاصر الكائن الإنساني بطريقة لا مثيل لها إنها الصورة تغزو العالم وتعريد في فضائه، وتذكر أمكنته بجيش جارف من كائناتها، سيل من الصور لا يتوقف، يتغلغل في كل مكان حتى غدا الأمر أقرب إلى الضكاهة والرعب في أن واحد فماذا يفعل العالم بكل هذه الصور المندلقة عليه من كل صوب؟ هذه الصور التي تضرب عليه حصاراً، فما إن تختفي موجة من الصور حتى تكون أخرى قد حضرت، ليغدو الزمن زمن الصورة وإرادة المرئي في الفتك بالكائن الإنساني وإزاحته نحو الزاوية الأضييق على مدار العطالة والانذهال جراء هذا الحضور الملقر والمخيف والجميل للصور».

هذا الحضور الطاغى للصور الذي يستنفر انتباه وربما احتجاج الكاتب الإعلانات وصور الزعماء والفنانين والمباريات والاحتفالات والمسلسلات، مشاهد الجنس وعروض الأزياء وملكات الجمال وملوكهم أيتها والمصارعة الحرة و... وهذا الحضور الطاغى «للزافل هو الذي يدفع» الوجود . بالمعنى الذي عناه الفيلسوف هيدجر . للانسحاب من «العالم لحساب وجود مرئي تختلقه الصورة وترسخه، وهو وجود بديل يزيج الواقع الفعلي، ويصير الواقع الذي يراد لنا أن نتعامل معه على أنه الواقع الحقيقي، واقع الصورة أو الواقع الفائق الذي أضحي أشد واقعية من الواقع المعيش

إنها مخاوف، وتحذيرات، قد يكون بعضها مبالغاً في رنين نواقيس التنبيه التي يقرعها، لكنها مؤسسة بلا ريب على واقع نشهد تغيراته بأعيننا، بل نسبح أو نفرق في هذه التغيرات، وهي تستدعي منا أن نتوقف ولو قليلاً لتأمل محتواها وآلياتها، لعلنا نخرج ببعض الضوء في نفق هذا المظلم الثقالي الكاسح الجديد.

## الفخاخ في ثنايا الصور

حتى الآن لا نستطيع كعرب أن نزعّم أننا منتجون في مجتمع المشاهدة، فنحن بكل ما يتدفق علينا من وسائل متعددة عبر منافذ الإنترنت والفضائيات، بما فيها الفضائيات العربية، لسنا إلا مستهلكين، ومن ثم فنحن معرضون للاستلاب، ومن بين الأشياء المرشحة بადئ ذي بدء لأن تُستلب منا تأتي ثقافتنا الممثلة في الشفهي والمكتوب، خاصة أننا أمة تشكل لغتها محور هويتها وتشكل اللغة وعاء المكتوب والشفاهي بين أهلها

وهنحن نرى الأداء اللغوي المتسبب على شاشاتنا العربية، بل الإزاحة المتعمدة للصفة الجامعة لنا لغويا، صيغة العربية الفصحى، فإذا أضفنا إلى ذلك استهلاك الوقت والجهد الذي كان يمكن أن يذهب بعضه للقراءة أو حتى لتبادل التواصل الشفاهي، لأدركنا خطورة هذه الإزاحة التي تمارسها المشاهدة لتقليص هذا الجزء الحميم من هويتنا في الشفاهي والمكتوب، ولأن هذا الجزء الحميم هو الذي يصنع ويعطوّر الإدراك عبر الممارسة اللغوية، فإن إزاحته لمصلحة زحف الصور إنما تعني فتح الأبواب لصياغة الإدراك العربي تبعا لإرادة القوى المهيمنة على إنتاج طوفان الصور.

وليس هذا إلا مجرد واحد من الشخاخ المبتوثة في ثقافة المشاهدة التي نستهلكها أكثر مما نصنعها، فإضافة إلى الصياغات الماكرة التي تتضمن رسائل بعينها في صياغة الخبر وتقديم المشهد، حتى التسجيلي منه، نرى أن ثقافة المشاهدة المنصبة علينا تروج لنوع من الديمقراطية مزدوجة المعايير، وتخفي وراء الإغراء بآناحة حرية الحصول على المعلومات نوعا من تقسيم العالم إلى قادرين على مسابقة التقدم التكنولوجي لتحقيق تلك الديمقراطية، وغير قادرين يحتاجون إلى الوصاية عليهم فمجتمع المشاهدة الذي ننخرط نحن فيه كمستهلكين، إنما يمارس علينا تسويق الذات المهيمنة بغرض الإغلاء من شأن هذه الذات على حساب الآخر الذي هو نحن بهدف إخضاعه ومن



الإخضاع ما لا يتم بقوة السلاح، فالإخضاع الثقافي أقل تكلفة وأقوى تأثيراً وأبقى على المدى الطويل، لأنه يتغلغل داخل الذات المستهدفة بالغزو حتى يتم إخضاعها دون أن تستشعر قسراً ولا عنفاً بالمعنيين التقليديين للقسر والعنف بل تتحول هي ذاتها إلى أداة ترويج للأنماط التي أريد لها أن تكونها من دون وعي أو من دون انتباه

وليس أدل على ذلك من المحاكاة التي تقوم بها معظم مساهماتنا في مجتمع المشاهدة، برامج التسلية، والتوك شو، والمسلسلات التي لا تنتهي والتكريس لكل قيمة خفيفة أو عابرة.

وعلى المستوى الفردي فإن هذه العاصفة من الصور، التي تجتاح الملايين في وقت واحد، بإرادة واختيار من يملك تحريك هذه العاصفة، إنما تحول الأفراد أنماطاً، فما يبدو على السطح أنه تجانس يخفي في باطنه خضوعاً يفضي إلى اغتراب عميق لدى الأشخاص نتيجة تصفية خصوصيتهم النفسية والثقافية، إنها عاصفة حقيقية، وإن تكن من صور، وممكن جبروتها في قوة هذه الصور التي تستوعب مجمل انتباه الكائن المستقبل لها، الذي إن أردنا له النجاة فسيحتتم علينا أن نطبق أجفاننا قليلاً لنفكر في آلية، أو وسائل، للاستفادة من هذه العاصفة، مادامنا لا نملك القدرة على وقفها.

### أما من طوق للنجاة؟

إن نقاد الثقافة المرقية يتبنون مواقف مختلفة من تأثيراتها في البشر فبينما يرى البعض فيما يسمونه «الواقع الخائلي» الذي تصنعه الصورة، ثورة تكنولوجية لها مردودها الحضاري على الإنسان، يرى آخرون أنها تثير المخاوف مع هذا التوسع الكاسح، الذي يمكن أن يكون غير معقول وغير عقلاني في توسعه، مع

التطور المتسارع لمجتمع المشاهدة واستشراء وسائل نقل وتخزين واستدعاء الصور التي تتعدد مبتكراتها مع كل يوم يمر، بل مع كل ساعة من أعمارنا .

أمام هذا الاختلاف في المواقف النقدية، يجب ألا نتحير، فنحن نريد النجاة، نريد مكاناً أكيدا تحت شمس هذا الحاضر الذي تعصف به رياح الصور مادامت هذه الرياح بدأت ولم يعد ممكناً وقفها، بل لا يجوز إيقافها، ونريد أن يكون المكان الذي نشغله تحت هذه الشمس وفي خضم هذه العاصفة، مكاناً ملائماً لسلامتنا، ولن تكون لنا سلامة إلا بالحفاظ على كل ما هو جيد من هويتنا وفيها من الجيد الكثير، مع تطعيمها بكل ملائم وحتمي من لغة العصر ومنجزاته، فكل منجز عصري هو سلاح ذو حدين، يمكن أن يفيد وأن يضر، فكيف نفيد من هذه العاصفة، ونجعلها هواء صحياً مجدداً للروح الخاصة بأممتنا ؟

أعتقد أن الموقف الأساس من الثقافة المرئية، أو عاصفة الصور، هو أن نحافظ بسلامة بصيرتنا النقدية، وأن نتساءل عن المغزى من شكل وجوهر ما نستقبله، ونستحضر بشكل دائم أسئلة هويتنا وأصداء تاريخنا ووقائع حاضرتنا لعلنا نرى الرسائل المضمرة في كل سيل بصري يجرفنا فنستطيع التثبت ببعض من شواطئ النجاة بل لعلنا نستطيع تفكيك تلك الرسائل لنقرأ فيها ما يضمه لنا الآخرون، إن كان هناك ما يضمرونه، فننتخذ الموقف الصحيح وننجو بلا خسائر أو بأقلها .

وليس هذا الموقف النقدي في مجتمع المشاهدة مطلوباً منا حيال سيل الصور الوافدة وحدها، بل هو مطلوب أيضاً حيال هبوب الصور التي تأتي من بين أيدينا، فثمة محاكاة ساذجة، وركيكة كثيراً، تنتفخ بها برامج الفضائيات العربية التي تتخذ من كل ما هو خارج حدود هويتنا نموذجاً، نظنه النموذج الوحيد للعيش المتحضر .



بعد هذه الوقفة النقدية كمستقبلين ومتلقين في مجتمع المشاهدة لا بد لنا من الترحيب بالنقاط المضيئة في هذه العاصفة المرئية، فالصورة لم تكن نقمة دائماً، بل كانت نعمة في كثير من المواقف، ولا تزال، فهي صوت من لا صوت لهم في كثير من الأحيان، ورسالة إنسانية بليغة تطوعت التقنيات الحديثة بحملها ممن لم يكن ممكناً لهم أن يرسلوا أي رسائل وهم في غمار الكوارث أو محرقة الحروب، بل هناك ومضات كاشفة لشرفاء ومبدعين في هذا الحقل المرئي شكلت أعمالهم رسائل عدل مضادة لرسائل الهيمنة والتهميط والاستلاب.

ويبقى أن نلح على أن نزيد من فعلنا في هذا المجتمع الجديد، مجتمع المشاهدة العالمي، مجتمع ثقافة الصورة، نشارك في إنتاجه ونرسل عبره رسائل أحلامنا واحتجاجاتنا وحقوقنا العربية للعالم، ونبتادل مع أهلنا كل ما يدفعنا ويدفعهم للأفضل في عالم مختلف، عالم ثقافة الصور التي لا بد لنا من استثمار جوانبها الحضارية كقيمة مضافة لهويتنا وثقافتنا وإنساننا العربي.

### أصناف البرامج الثقافية

#### في القنوات الفضائية العربية

يعرض التلفزيون، بوصفه وسيلة اتصالية مهمة مواداً ثقافية متنوعة كما يسمح بأساليب وقوالب متعددة للتقديم، سواء كان ذلك مباشرة عن طريق تعريف المشاهد بأحدث الأعمال الأدبية والكتب وإعداد عرض سريع لها وبإقامة الندوات الأدبية والفنية، أو بطريقة غير مباشرة، يتضمن هذه الأعمال في قالب درامي لقد تطرقنا إلى تعريف البرامج الثقافية وهنا نحاول تصنيفها، رغم تأكيدنا على صعوبة الدقة في ذلك ككون العديد من البرامج العامة تحوي مادة ثقافية، وبعض البرامج التي تصنف ثقافية في بعض القنوات الفضائية العربية ومما يشابهها لها تصنف غير ذلك في قنوات أخرى.

لقد توسعت اليونسكو في نطاق أبحاثها، فأخذت تهتم بالبرامج الإذاعية بشتى أنواعها ومختلف أنساقها ولعل أول الدراسات البرنامجية في هذا الصدد تلك الدراسة المقارنة الشهيرة لأسبوع من برامج الراديو، وأسبوع من برامج التلفزيون، وهي دراسة استجابت لها 43 محطة راديو، 26 محطة تلفزيون وكانت اليونسكو في ذلك الوقت (1960) تصنف البرامج إلى الأنواع الآتية الأخبار والترفيه والتنقيف والبرامج الخاصة<sup>11</sup>.

أما الدراسات البرنامجية الحديثة التي أجريت في سبعينات القرن العشرين فتقسم البرامج إلى سبعة تصنيفات على النحو التالي<sup>12</sup>:

- البرامج الإخبارية كنشرة الأخبار والتعليقات وبرامج المناسبات والبرامج الخاصة والشؤون العامة والرياضية
- الإعلانات بنوعها التجارية والإعلامية.
- البرامج التعليمية سواء التعليم الرسمي الخاص بالمدارس أو التعليم غير الرسمي كبرامج الأطفال والشباب وتعليم الكبار.
- البرامج الترفيهية وتدخل فيها برامج الموسيقى والدراما والفكاهة والمسلسلات والمسابقات والألغاز والفوازير والألعاب المختلفة.
- البرامج الأدبية والفنية والعلمية، وتشمل الرقص والغناء والموسيقى والمسرح والشعر والنقد والقصص والأدب والعلم.
- البرامج الموجهة للفئات التي تمثل الأقليات الدينية فضلاً عن البرامج الدينية وغيرها.

<sup>11</sup> إبراهيم إمام، الاتجاهات الترفيهية للبرامج الإذاعية والتلفزيونية، مجلة الفن الإذاعي، العدد 85، السنة 23،

سبتمبر 1979، ص 20.

<sup>12</sup> المصدر السابق، ص 21.



- البرامج الخاصة بالجماهير النوعية كالمراة والطفل والشباب وغيرها .
- ولا زال هذا التقسيم لبرامج التلفزيون هو السائد، ويشمل القسم الخاص ببرامج الآداب والفنون والعلوم، الموسيقى والرقص، الدراما والشعر والقصة والتقويم النقدي للآداب والفنون، ومواضيع العلوم المختلفة معظم البرامج الثقافية التي تبثها القنوات الفضائية العربية.
- أن المواضيع الثقافية التي يمكن إنتاجها لتلفزيون عديدة وتشمل مختلف مجالات النشاطات الثقافية ومن هذه المواضيع

#### 1- برامج الشخصيات أو الأعلام

- وهذه البرامج تختص بتقديم مواضيع لها علاقة أو تعرف بالشخصيات المعروفة والمميزة سواء على صعيد التاريخ الإنساني أو العربي أو الإسلامي وبالمتميزين أو المبدعين في مختلف المجالات الحياتي ة، ولهذه البرامج معايير خاصة بها وعلى المخرجين أو معدّي ومقدمي هذه البرامج أن يضعوها صوب أعينهم عند إنتاجها
- أن يقدم العلم أو الشخصية مع ما أبدعه وقدمه وأسهم به في ثقافة جيله أو تأثيره على الثقافة الإنسانية كلها، لا أن يقدم بمعزل عن ذلك مما يفقد البرنامج قيمته الثقافية
  - من الضروري تسليط الضوء على خصائص العصر والجيل والمحيط الذي عاش فيه ليكون هناك تقدير ومعرفة كفاية الظروف السياسية والاجتماعية والثقافية والتيارات الفكرية السائدة آنذاك.
  - إبراز وتوضيح مدى تأثير الشخصية بمحيطه المحلي والإقليمي والعالمي، خصوصاً في مجال إبداعه

- أن تنتج المادة في أسلوب ومستوى متوسط الثقافة، أي أن لا تعد فقط للصفوة أو المتخصصين، لكي تكون سهلة الاستيعاب والفهم من المشاهد متوسط الثقافة ولتكون فائدتها عامة.
- أن يتم الاهتمام بالإسقاطات المعاصرة للشخصية وإنتاجها، مما يجعل المتلقي يهتم بالشأن المعاصر المشابه
- أن يحاول هكذا برنامج شمول أعلام من فترات زمنية مختلفة، قديمة ومعاصرة أو من مدارس إبداعية مختلفة لتكون الصورة أوضح للمشاهد وليكون أنطباعاً متكاملًا عن الموضوع
- يتطلب عدم تناول الشخصية أو العلم بوصفه تراثاً فقط، بل حامل فكر عُرف وشرب من فكر من سبقوه وأنه سيؤثر على المستقبل، وأن فكره وإبداعه يجد مكاناً في المدارس الثقافية المعاصرة.
- كما يمكن لهذه البرامج الثقافية أن تستعين بفلاسفة ومفكرين وجغرافيين وأدباء مبدعين في كافة المجالات من شعر وقصة ونقد ونثر ومسرح، وسينمائيين وفنانين تشكيليين وفناني عمارة ومتميزين في المجالات الإبداعية الأخرى

#### ب برامج المعالم

وهي البرامج الثقافية التي تختص أو تركز على مواد تتعلق بالآثار والرموز الباقية من الحضارات والثقافات القديمة وكل ما يتعلق بها، منها كآثار الحضارات وما تبقى منها من المعالم الدينية كالمعابد والأديرة والمساجد والمعالم الثقافية كالمدارس القديمة والمنتديات والصالونات الثقافية والمعالم التاريخية كالأثار والمدن والقصور والمسارح والحمامات والأقواس والمنشآت العمرانية المختلفة



### ج برامج المعالم الجغرافية

وهي البرامج ج التي تهتم بالأنهر والجبال والصحاري والوديان والسهول وما يحيط بها وما مر بها من حضارات وأحداث

### د البرامج التي تعني بالنشاطات الثقافية:

وهي البرامج ج التي تعني بالنتاج والنشاط الثقافي كمعارض الكتب، ومشاكل الكتاب والمؤلفين والتوزيع والملكية الأدبية، وأتجاهات القراء نحو الكتب، كما تقدم معلومات عن المهرجانات الثقافية والمعارض الفنية الخ، ويتطلب إبعادها عن المطابع الإخباري الصرف وأن تقدم بطريقة نوعية

### هـ برامج تاريخ الأعمال الإبداعية

وهي البرامج التي تتناول تاريخ المسرح والسينما محليا وعربيا وعالميا، وتعني برواد المسرح والسينما وأهم الممثلين المعاصرين، والبرامج التي تتناول الصحافة ووسائل الإعلام والفنون الإبداعية الأخرى

### و برامج الأديان

وهي البرامج التي تعني بالأديان والتعريف بتاريخها وأصولها ومبادئها وعاداتها وعلاقتها مع الأديان الأخرى

### ز البرامج الثقافية المنوّهة

والتي تتناول قضايا مختلفة منها اجتماعية كقضايا المرأة والواقع الاجتماعي والثقافي والتعليمي للمجتمع، ومناقشة القضايا الفكرية، والعادات والتقاليد والفنون الشعبية والأزياء وجني المحاصيل والحياة اليومية في المدينة والريف الخ

### ح برامج تتناول قضايا معاصرة

كالثرات والمعاصرة، العولمة، حوار الحضارات، الإرهاب، الحروب وأسبابها  
التطور التكنولوجي الخ

### أشكال إنتاج البرامج الثقافية

تقدم البرامج الثقافية بأساليب إنتاج مختلفة تدعى القوالب أو الأشكال  
formats والبعض يسميها نماذج، أو إطارات، وشكل إنتاج البرنامج يرتبط  
بمضمونه، والتوافق بين الشكل والمضمون هو أحد النقاط المهمة لنجاح البرنامج  
فشكل البرنامج تحدده طبيعة الموضوع، والمستوى الثقافي العام، ونوع المشاهدين  
بعدها تأتي مسألة اختيار وتحديد الشكل الأمثل الذي يقدم به هذا البرنامج  
الثقافي أم ذلك، فمن الممكن أن يقدم على شكل عمل درامي أو قالب آخر  
كالحديث أو الحوار أم المسابقات، أو شكل الندوة أو المجلة التلفزيونية، وغيرها  
وهذا يتطلب من القائمين بالإتصال في أعداد البرامج الثقافية أن  
يقوموا بدراسة فكرة البرنامج دراسة وافية، وتحديد أهدافه وطبيعة جمهوره، وما  
يريد أن يوصله من مضمون، ومن ثم اختيار أسلوب العرض، بعدها يتم تحديد  
فترة استغراق البرنامج وساعات عرضه المناسبة، حسب الجمهور الذي يستهدفه  
البرنامج وأوقات متابعتهم المتوقعة، وإذا كان البرنامج يستهدف من هم في  
الجزء الثاني من الكرة الأرضية أو يستهدف جمهوراً يصعب التكهّن بأوقات  
متابعته للقنوات الفضائية، يمكن إعادة بثه بأوقات مختلفة ليتسنى إعطاء  
فرصة أكبر لمشاهدة البرنامج من قبل المتلقين

يمكن أن نجد نوعين من القوالب الفنية التلفزيونية لتقديم البرامج  
الثقافية وهما، القوالب ناقصة النص (Semi-Script Format)، والقوالب كاملة  
النص ( Full- Script Format )<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> فلاح كاظم المحنة، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، بغداد، جامعة بغداد- بيت الحكمة، ط 1، 1988، ص 168.



### ♦ أولاً القوالب ناقصة النص

تكون قوالب هذا النوع غير مكاملة السيناريو، نظراً لإعتماد الكثير من عناصرها على الحائية أو التلقائية، ولذلك فإن النص لا يوضح كل العناصر المؤلفة للبرنامج، ككونها غير معروفة على وجه التحديد ساعة إعداد البرنامج من هذه القوالب

#### القالب الوصفي أو الاستدلالي، Demonstration Format:

يستخدم هذا النوع من البرامج وسائل إيضاح لشرح أو توضيح المادة الثقافية المراد تناولها، كعرض أفلام أو صور أو أشكال مجسمة، ويتطلب هكذا برنامج مقدماً ناجحاً ووسائل إيضاح نافعة تساعد بشكل إيجابي على إيصال المضمون إلى المتلقين

#### قالب المقابلة Interview Format :

هذا القالب مستخدم في معظم البرامج العامة والثقافية، حيث يعتمد على الحوار بين مقدم البرنامج والضيف، وربما يكون الضيف شخصاً واحداً وعادة ما يكون الديكور بسيطاً والاستوديو يحتاج كامرتين ومعدات إضاءة وأسلوب الحوار هو المتبع هنا والذي يتطلب أن يكون جالباً للانتباه وبطريقة تشجع المشاهدين على المتابعة دون ملل، بل وتشجعهم على الاتصال والمشاركة سواء بطرح الآراء والأفكار أو بطرح الأسئلة على الضيف، عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني أم الفاكس، وأحياناً يتم بث البرنامج مباشرة ومن أماكن عامة خارج الاستديو، هنا تحاول زوايا الكاميرا أن تركز على الضيف، ونجاح هكذا برنامج يعتمد على شخصية مقدم البرنامج وشخصية الضيف والموضوع الثقافي الذي يتناوله وأهميته الأنية للمشاهدين، وهنا يتطلب التنوع في تناول مختلف المواضيع الثقافية وأن لا تقتصر على الأدب فقط مثلاً.

والمقابلة عدة أنواع، منها مقابلة إبداء الآراء في موضوع معين أو قضية تتعلق بالشأن الثقافي، كأن يستضيف البرنامج مختصاً أكاديمياً أو مبدعاً في مجال ثقافي معين أو مفكراً أو من الشخصيات المعروفة على الساحة الثقافية أو حتى من المهتمين بالشأن الثقافي وهناك مقابلة مع شخصيات ثقافية لهم المشاهدين ويحب التعرف عليهم عن قرب عن حياتهم وأعمالهم، وهناك مقابلة المعلومات، التي يحاول خلالها البرنامج أن يتناول معلومات حول موضوع ثقافي معين ويقدمه بشكل بسيط ومفهوم للمشاهدين

وكفي بتحقيق الهدف الثقافي يجب أن يكون أسلوب الحوار معداً بشكل جيد، يتدرج فيه المضمون الثقافي بيسر وبجاذبية وتسلسل منطقي في الحديث بعيداً عن التفاصيل التي تشتت انتباه الجمهور - المشاهدين -، بعبارة أخرى يجب أن يكون الإعداد جيداً من حيث تسلسل الأفكار المطروحة وجودة الأسلوب بحيث تتوفر فيه الجاذبية والتركييز والمتعة

#### قالب الندوة أو الطاولة المستديرة Gust. Panel Format ،

هذا النوع يعتمد الحوار، أو ندوة بين عدة أشخاص تدور حول موضوع أشكالي، تختلف حوله الآراء ووجهات النظر، ومن الأفضل أن لا يكون هناك استطراد في النقاش يشتت محور الموضوع المطروح بل أن يعمل على إثارة تفكير المشاهد، كما يتوجب بمن يدير الحوار أو الندوة أن يتمتع بالحيادية والموضوعية وأن يقدم البرنامج بشكل مناسب

#### قالب المسابقات Contest Format ،

وهو نوع من البرامج يستهدف مشاركة الجمهور وجذبهم لفقرات البرنامج، وحققت العديد من برامج المسابقات نجاحات وشعبية كبيرة، والذي يمكن أن يكون أسلوباً ناجحاً لتقديم مادة ثقافية فيما لو ابتعد عن السطحية



والتسلية البسيطة، كلما ازدادت نسبة المشاركين بهذه البرامج عن بعد من خلال وسائل الاتصال الحديثة، كلما أن أساليب إخراجها وتقديمها أصبحت أكثر جاذبية

### قالب الفيلم ومقدم البرنامج Ceremonies Format:

ويتميز هذا القالب التلفزيوني بالمرونة في إرضاء أذواق الجمهور، ذلك أنه يستطيع أن يتضمن أفلاماً متنوعة، مثل أفلام الرحلات، الأفلام العلمية الأفلام التاريخية، كما يتضمن أفلام الرسوم المتحركة وإذا كان يقع على عاتق المخرج هذا القالب مسؤولية انتقاء الأفلام وفقاً لموضوع الحلقة وإعداد الشرح اللازم لها وكتابة فقرات الربط بين الأفلام، فإن مسؤولية المذيع أن يقوم بربط موضوع الأفلام المعروضة ببعضها البعض من أجل تحقيق الوحدة الموضوعية في البرنامج الثقافي<sup>(1)</sup> ويعتمد هذا القالب على عنصرين أساسيين هما طبيعة الفلم وشخصية المقدم له

### قالب المجلة التلفزيونية T.V. Magazine Format:

وهذا القالب أصبح شائعاً في معظم القنوات الفضائية والمحلية وتكاد لا تخلو برامج قناة عربية منه، وهو يستخدم الشكل الصحفي ولكن بوسيلة اتصالية أخرى، وهذا يسمح بتقديم قدر أكبر من المعلومات الثقافية في أسلوب جذاب، ويكون دور المخرج هنا هو التعليق على الأفلام أو العناوين والربط بين الفقرات، ويفضل أن يقوم بالحوار عدد من المقدمين تحقيقاً للتنوع في المجلة<sup>(2)</sup>.

### شكل المنوعات Variety Format:

<sup>(1)</sup> سهر جاد - سامية أحمد علي، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، القاهرة، دار الفكر للنشر والتوزيع، 1999م، ص 139.

<sup>(2)</sup> سهر جاد - سامية أحمد، مصدر سابق، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، القاهرة، دار الفكر للنشر والتوزيع، 1999م، ص 141.

وهو من الأشكال المرغوبة والمطلوبة والمضربة إلى المشاهدين، ففيه تنوع وحيوية، وفنون مختلفة، من موسيقى وغناء وأستعراضات ومشاهد ومواقف ضاحكة ودرامية، كما من الممكن أن يعرض نتاجات أدبية، وطرح أفكار ومواد ثقافية متنوعة، من أجل إعطاء ذوق فني وإحساس جمالي، بعيداً عن أسلوب التسلية الرخيص والترفيه الهابط، لذلك يراعى في إعداد وإخراج هذا القالب التلفزيوني ما يلي:<sup>(2)</sup>

- العناية في اختيار من يقف أمام الكاميرا سواء كان مقدماً للبرامج أم مطرباً أم موسيقياً، أم أدبياً أم غيرهم ممن يؤدي إحدى الفقرات.
- كما يتطلب من المخرج أن ينوع في طريقة إخراج كل فقرة من فقرات البرنامج، كي تجذب المشاهدين، وأن لا يتحدد بأسلوب إخراجي واحد مما يبعث الملل لدى المشاهدين.
- كما يحتاج إلى الدقة في توزيع وترتيب الفقرات وفق أسس علمية دقيقة وليس عشوائية.
- ضرورة مراعاة السرعة في تقديم الفقرات، بحيث تعتمد على عدد من اللقطات السريعة.
- الاستفادة من إمكانيات الإضاءة والديكور وحركة الكاميرا وتوظيفها بشكل جذاب.
- الربط الجيد بين الفقرات المختلفة وبدون خلل أو تعارض.

<sup>(2)</sup> فلاح كاظم المحنة، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، بغداد، جامعة بغداد- بيت الحكمة، 1988، ط1، ص 175.



- الاختيار السليم لتقديم أو مقدمة الفقرات والبرنامج بشكل عام ممن لهم مواهب فنية وقدرات ثقافية، وشخصيات جذابة بلباقتها وبشاشتها وخفة دمها ورخامة صوته.

#### قالب البرامج التسجيلية: Documentary Format:

البرنامج التسجيلي يقوم على الحقيقة دون أن يكون واقعياً بالضرورة غالباً ما تحتوي البرامج التسجيلية مواد إعلامية وتثقيفية وتعليمية، وتمثل جزءاً مهماً من برامج التلفزيون، ويمكن تقديم موضوع ثقافي معين باستخدام أفضل الأساليب الفنية التي تسمح بتحليل وشرح وعرض جميع عناصر الموضوع ويعتمد البرنامج التسجيلي على الأفلام الصامتة أو الناطقة، والمقابلات والتعليقات وكذلك المشاهد الدرامية، وأشكال مختلفة من وسائل الإيضاح

والبرامج التسجيلية قد تعتمد على الأفلام التاريخية التسجيلية التي تعرض الشخصيات والمواقف التاريخية في صور درامية ممثلة، وغيرها من الأفلام

#### برامج الباليه:

الهدف الأساسي لهذا الشكل هو رفع التذوق الفني والجمالي من خلال ربط الحركة بالموسيقى والضوء والفضاء لتقديم مشاهد فنية وجمالية وعروض الباليه في التلفزيون تتيح للمشاهد مميزات متعددة لا يحصل عليها المشاهد حتى في المسرح، إذ تتيح الكاميرا فرصة أكبر للمشاهد لرؤية مختلف الحركات بوضوح أكثر مما لو كان في المسرح.

#### البرامج الموسيقية

يمكن أن تتناول قوالب معينة من البرامج الثقافية، الموسيقى والثقافة الموسيقية على شكل محاضرات أو شروح أو توضيح، مما يساعد على تطوير التذوق الفني والحس الجمالي لدى المشاهدين

### ♦ ثانياً القوالب كاملة النص

أوهي البرامج الدرامية التي تعتمد رواية أو قصة كاملة لها بداية ووسط ونهاية، وكل العناصر فيها معروفة لكاتب النص التلفزيوني، ويمكنه أن يضمها النص بكل التفاصيل، فيكون النص التلفزيوني هنا بمثابة إعادة صياغة للقصة في قالب التلفزيوني، أي ترجمتها وسردها على المشاهدين بواسطة الصور والأصوات.<sup>11</sup>

القالب الدرامي من القوالب الجذابة لمعالجة بعض المشاكل والقضايا الثقافية، مثل مشاكل البيئة والجوانب الاجتماعية والمشاكل العامة، كما يمكن أن يكون هذا القالب جزءاً أو فقرة من فقرات البرامج الثقافية، من أجل إغنائها، خصوصاً عندما يتناول البرنامج أحد أعلام الفكر أو الثقافة

تتواجد في معظم القنوات الفضائية العربية جهة مختصة بالبرامج الدورية وتقع تحت مسؤوليتها البرامج الثقافية وقد يسمى مديراً للبرامج الثقافية أو الشعبة الثقافية أو القسم الثقافي وتمارس عدة مهام منها

- الإشراف على البرامج الثقافية الدورية
- اقتراح البرامج والتحقيقات والأستطلاعات لإدراجها في الدورات البرمجية.
- إعداد البرامج الثقافية الخاصة والعمل على تنفيذها.
- إجراء الأستطلاعات والتحقيقات حول مواضيع محددة.

### الخلاصة:

يمكن القول أن القنوات الفضائية العربية تستخدم اليوم معظم القوالب الفنية الممكنة في إنتاج وتقديم البرامج الثقافية والدراسة الميدانية الوصفية في

<sup>11</sup> كرم شلي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، جنة، دار الشروق، 1987م، ص92.



البحث ستؤكد هذا الاستنتاج البعض القليل من هذه البرامج الثقافية قد نجح في تقديم قوالب بالشكل المناسب، مع قائمين بالاتصال يمتلكون الكفاءة وذوي مهارة وخبرة جيدة بينما نجد العديد من البرامج الثقافية التي لا زالت دون مستوى الطموح

### البرامج الثقافية كمادة إعلامية

يمكن اعتبار وظيفة التثقيف من أهم المهام التي تؤديها وسائل الإعلام، وبالأذات التلفزيون حيث يقدم المعلومات والأفكار والمواد الثقافية على اختلافها، و التلفزيون في ظل البث الفضائي، كما أكدنا أصبح يعتبر مادة ثقافية بحد ذاته، كما أن البرامج الثقافية في التلفزيون تسعى إلى لتطوير وتكامل المجتمع وتثبيت قيمه والعمل على صيانتها عن طريق توسيع مجال المشاركة والمناقشة وتقارب الأفكار وتبسيط الأمور، ودراسة البرامج الثقافية في القنوات الفضائية تقوم على أساس من فهم خصائص التلفزيون كونه أكثر أدوات التثقيف فعالية، وهو كوسيلة جماهيرية تزود المجتمع بالزاد الثقافي والفني والاجتماعي من خلال البرامج الهادفة إلى تغيير أو تعديل السلوك وتنمية وتكوين الذوق الجمالي والفني والحضاري وتحقيق التكامل الثقافي

أن عصرنا اليوم يمتاز بكونه عصر التواصل الثقافي، بأعتبار أن الاتصال هو أحد العناصر المكونة للثقافة وهو مصدر تكوينها، وأحد عوامل اكتسابها كما يساعد التلفزيون على نشر الثقافة والتعبير عنها، واليوم أصبح التكامل بين الثقافة والإعلام أشد وضوحاً، (ويجمع خبراء الثقافة والإعلام على أن وسائل الإعلام والاتصال تلعب دوراً حاسماً في المجال الثقافي باعتبارها الناقل الأساسي للثقافة، وباعتبارها أدوات ثقافية تدعم المواقف وتؤثر فيها، وتلعب دوراً أساسياً في تطبيق السياسات الثقافية، وتحقيق ديمقراطية الثقافة حيث تشكل بالنسبة للملايين الوسيلة الأساسية في الحصول على الثقافة وعلى كافة أشكال التعبير

الخلق، كما تستطيع وسائل الإعلام — ومن بينها التلفزيون — أن تسهم في إعادة صياغة البناء الثقافي للمجتمع<sup>(1)</sup>.

أن مضمون البرامج الثقافية في القنوات الفضائية يعتبر وسيلة اتصالية وقد ثبت أهميتها وفعاليتها في التوجيه والتأثير على الجماهير، ولم تعد مجرد ترفاً فقط، بل غدت بعض البرامج الثقافية ذات حضور فعال وتحظى بمتابعة الجمهور لجودة المضمون أو أسلوب تقديمه، فالمادة الإعلامية تتطلب أن تجيب على أسئلة الاتصال الستة، وتحقق في البرامج الثقافية تلك المتطلبات، حيث تقوم علاقة الاتصال على الدافع الكامن عند المرسل وهم القائمون بالاتصال في هذه البرامج من معدين ومقدمين ومخرجين وسواهم والذين لديهم رغبة أو موضوع أو مادة أو يحاولون توجيه "رسالة" ما إلى "المرسل إليه" والمشهد هنا أي المتلقي أو المرسل إليه والرسالة هي مضمون البرنامج الثقافي، فالسؤال "من يتعلق بطبيعة المنتج الإعلامي، أي من هو صاحب الرسالة هل هو فرد أم جماعة وما هي طبيعة هذا المرسل ورغباته وما هي الظروف المحيطة به، أما السؤال الثاني والثالث "متى" و "أين"، فيتعلق بوقت ومكان عرض البرنامج وماذا وأين يعرض البرنامج من مواد لها توابع زمنية ومكانية، كأن يكون عرض أو تقييم أو نقد مواد ثقافية قديمة أم حديثة أم مهرجانات وفي أماكن محددة، و السؤال "ماذا" فإنه يتعلق بدراسة مضمون الأفكار التي يحتويها البرنامج الثقافي والاتجاهات التي يريدها من خلال خطابه وعرضه له ضمن البرنامج، والسؤال "لمن" وهو الذي يحدد المرسل إليه ولمن يتوجه البرنامج الثقافي وخطابه، فالشريحة المستهدفة يمكن أن تحدد السؤال الاتصالي لمن، أما السؤال "كيف"، فهو يهتم بنوع الرسالة، هل هي كلمات أو صوت على شكل حوار أم صور أو أفلام، وغيرها من القوالب الاتصالية الأخرى والتي يمكن أن تقدم للجمهور، أما سؤال الغاية أم

<sup>(1)</sup> سهير جاد، البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، الهيئة المصرية العامة للكتاب - القاهرة، 1987م، ص15.



الهدف وتحديد الهدف هنا من الصعب تحديده بشكل مباشر، كونه يتعلق بعدة عوامل والظروف المحيطة بكل مجتمع، أما سؤال النتيجة فهو الآخر يرتبط بأفق التوقع ومدى تأثير البرنامج الثقافي على الجمهور المتلقي، والأمر يتعلق بمدى التقبل والقدرة على التوصيل

لقد كانت مهمة التنشئة الاجتماعية إلى وقت قريب، من مهام العائلة والمدرسة، أما اليوم وبفضل التحول الجذري الذي طرأ على وسائل الاتصال كمفاهيم وأجهزة وبالثبات التلفزيون، حيث امتدت إلى أن تلعب دوراً أساسياً في آليات التبليغ والتأثير الاجتماعي، فالمشاهد هنا كالقارئ، وثقافة المشاهدة للتلفزيون تتيح إمكانيات لتطوير ثقافة الفرد كونها ثقافة متعددة المصادر والاتجاهات والمواقع، ولها مضامين متنوعة وشاملة، حيث يمكنه الاختيار بين ما يعرض، والمحصول المعرفي له تأثيرات متعددة اجتماعية وثقافية ونفسية، ويذهب الباحثون في الإعلام إلى (أن الراديو والتلفزيون أصبحا من أقوى الوسائل الإعلامية وأكثرها تأثيراً على الجمهور).<sup>11</sup>

### ثقافة الصورة

أن مصطلح "ثقافة الصورة" من المصطلحات الجديدة في مجالات التناول الثقافي المعاصر فالصورة تتميز بقدرات فائقة وبالتالي ميزات خاصة، وتعتبر من أهم وأقدر الوسائل على الإقناع

<sup>11</sup> جيهان رشي، النظم الإناعية في المجتمعات الغربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1977م، ص 15 من المقدمة.

عرفت البشرية الصورة منذ آلاف السنين، حيث وجدت العديد من المنقوشات والحفر على جدران الكهوف التي كان يأوي إليها الإنسان، وتطور الأمر حتى توصل إلى القلم والفرشاة والورقة أو الجدران والحجر وسواها (وكانت الصور المرسومة يدوياً تؤدي لإنسان ذلك الزمان ثلاث وظائف أساسية هي)<sup>(1)</sup>

- تسجيل مظاهر الحياة وظواهرها
- التعبير عن معاني وأحاسيس لم يختبرها الإنسان في واقعه المادي، ولكنه تصورهما أو سمع عنها وتأثر بها من خلال توارث الثقافات البشرية.
- ح توضيح معاني الكلمات، ولأسيما للكلمات الجديدة على السامع أو القارئ.
- ويتم قراءة الصورة على ثلاثة مستويات هي
- المستوى الأول هو مستوى الكليات، ويحيط فيه الإنسان بمحتويات الصورة بشكل عام
- المستوى الثاني هو مستوى الجزئيات، يحاول فيه الإنسان تبين ملامح أجزاء الصورة وصفات كل جزء منها.
- المستوى الثالث وفيه يحاول الإنسان تفسير الصورة وتأويلها
- فبعد النطق والكلام الشفاهي في بداية عصر البشرية، ومن ثم اللغات والكتابة والتدوين كأساليب اتصالية، كانت اللغة وبالذات الأدب هو ما يعكس صور الواقع ، وقد أبدع بعض الأدباء في تصويرهم للواقع بشاعرية فذة وموهبة خلاقة بثت الحياة في الجماد بدلاً من تجميد الحياة، ولم يقتصر ذلك على الشعر بل حتى الرواية أو غير ذلك من النتاجات الأدبية، والأمثلة كثيرة في الأدب العربي من أدب المعلقات إلى النتاجات الحالية، ولا يعني هذا أن دور الكلمة

<sup>(1)</sup> مصدق سامي عطا الله، السينما وفنون التلفزيون، القاهرة، دار المصرية اللبنانية، ط1، 1977م، ص14.



والأدب قد أنتهى في هذا المضمار، بل قد تحتاج الصورة إلى الكلمة، ولكن دائماً نقول دع الصورة تتكلم، أو دع الصور تتكلم لما للصورة من قدرة على التعبير، لا شك بأن تأثير الصورة يفوق تأثير الكلمة لوحدها وهي التي تدوم في المخيلة لمدة أطول نتذكرها متأثرين بها، يعرف إدوارد هربو بأن (الثقافة هي ما يبقى للإنسان عندما ينسى كل شيء)<sup>11</sup>، فإن الصورة هي التي تبقى في الذاكرة، فقد ينسى أحدنا كتاباً قرأه قبل فترة، ولكنه بالتأكيد لن ينسى مشهداً بصرياً، أو صورة خصوصاً لو أنها كانت تملك جرعة عالية من الجاذبية والدهشة

ولتعريف الصورة وأنواعها الصورة تعني "محاكاة" وهي في المجال السيكلولوجي مترادفة مع "التشابه" "النسخ" "إعادة الإنتاج" وفي العربية تعني "هيئة الفعل" "الأمر ووضفته"

للصورة أنواع متعددة (حصرها د. شاكر عبد الحميد في كتابه "عصر الصورة"، سلسلة "عالم المعرفة الكويت، 2005م) "الصورة البصرية" وهي الملموسة للعيان والصورة "بوصفها تعبيراً عن التمثيل العقلي للخبرة الحسية" حيث يتشكل الوعي بالصورة و"الصورة الذهنية" وهي ليست حرفية أو مماثلة للصورة الحسية بل درجة أعلى ثم الصورة "التي تشير إلى المؤسسات أو الأفراد أو الشعوب مثل صورة الشعب الصيني وملاحه وصور "عناصر الحلم والتخيّل كما أن هناك "الصورة اللاحقة" التي تتشكل عند حاسة الإبصار بعد متبّه حسي على العين أما "الصورة الارتسامية" فهي نوع من الصور الشبيهة بالإدراك ثم "صور الذاكرة" التي تعد نوعاً من التفكير المألوف لنا في عمليات التفكير

أما الصورة الرقمية المولدة بالكمبيوتر فقد أدت إلى تحولات جذرية في الثقافة الإنسانية نظراً لدورها كمعلومة مع سهولة الحصول عليها والتعامل

<sup>11</sup> لويس دولو، الثقافة الفردية والثقافة الجماهيرية، ترجمة خير الدين عبد الصمد، دمشق 1993، ص 67

معها ثم تخزينها وإنزالها من شواهد تلك المتغيرات أن فقدت الصور الزيتية كونها صور فريدة ووحيدة وفقدت الصور الضوئية التي ترصد لحظة ما بالآت التصوير الضوئية كونها تعبيراً ذكياً لصانعها بينما في المقابل لعبت الصور الرقمية دورها في الاحتفاظ بوظائف الصورة التقليدية والمتاحة سلفاً مع دورها المعلم لكونها ذات شكل معلوماتي محملة بها تلك المعلوماتية التي اعتبرها "بل جيتس" حين سأل أحدهم عن ثروته التي تتعاظم فقال "أن ثروتي بسبب المعلومات المتاحة في شبكة الانترنت وليس بسبب التقنية ذاتها

وصور "الواقع الافتراضي" مصطلح قال به العالم "جاردن لانير" حيث يشعر مستخدمو الكمبيوتر أنهم يعيشون العوالم التي يقوم الكمبيوتر بتخليقها بالصورة والصوت واللون والخط وغيرها من الأنظمة الخاصة بالكمبيوتر.<sup>11</sup>

### خصائص الصورة التلفزيونية

أفرز التطور العديد من الأساليب التي تتعامل مع الصورة وصولاً إلى عصر الكاميرا والتلفزيون اليوم، وأن فهم الصورة وإدراك ما ترتجيه، يتعلق بثقافة الفرد ومدى إطلاعه على الحضارات البشرية وإبداعات فنانيها، وللصورة مكونات وتأثيرات عديدة، فهي مثير بصري فعال، خصوصاً اليوم في عصر الصورة المتحركة وفي التلفزيون، حيث اكتسبت خصائص جديدة جعلتها متميزة التأثير، ويمكن الإشارة إلى بعض التأثيرات للصورة منها

### التأثيرات النفسية والتربوية للصورة

أن أنجذاب المتلقي تجاه المادة المعروضة بفعل التأثيرات النفسية للصورة كونها تنقل الواقع بأشكال صور خيالية وذات سمات ساحرة جذابة، كما يقول

<sup>11</sup> السيد نجم، بحث بعنوان، "الأدب في عصر الصورة الإلكترونية"، الصورة وواقع الأدب الافتراضي، مقدم إلى جامعة فيلادلفيا، الأردن- عمان، 2007م



أرسطو (إن التفكير مستحيل من دون صور) <sup>(1)</sup>، لقد كان الأدب هو الذي يقوم بتلك المهمة طيلة القرون الماضية فكان هو مقياس ثقافات الأمم ويعكس واقعها الاجتماعي وتاريخها، ولأزال الأدب في بعض الشعوب هو الأكثر شعبية ولكن هذا الدور بدأ ينحسر بعد اختراع الصورة المتحركة كوسيلة للتعبير سواء في السينما أو التلفزيون، خصوصاً بعد انتشار القنوات الفضائية، حيث لم تعد الصور حكراً على دولة أو أمة، (لقد عمت الصورة البشرية كلها وتساوت العيون في رؤية المادة المصورة مبنوثة على البشر ككل البشر دون رقيب أو وسيط هذا تغير جذري من الكلمة المدونة التي هي روح الأدب وعتوان الثقافة الأصيلة، إلى الصورة التلفزيونية التي هي لغة من نوع جديد وخطاب حديث له صفة المفاجأة والمباغلة والتلقائية مع السرعة الشديدة ومع قوة المؤثرات المصاحبة وحدية الإرسال وقربه الشديد حتى لكأنك في الحدث المصور من دون حواجز) <sup>(2)</sup>، من هذا الحديث يمكن أن نستنتج أهمية الصورة في العصر الراهن قياساً بالأدب، ومما جاء في المثل الصيني (الصورة تساوي ألف كلمة) <sup>(3)</sup>.

أن ثقافة الصورة أمست اليوم علامة على التغيير الحديث وهي أيضاً السبب فيه، لذا أهتم الجميع بها، فالنقد الثقافي يعتني اليوم بثقافة الصورة والجامعات والمؤسسات العلمية والإعلامية خصصت حيزاً كبيراً لدراساتها والصورة كوسيلة إعلامية لم تعد على حد قول مارشال مكلوهان المشهور الوسيلة هي الرسالة، بل لقد تجاوزت لتكون هي الرسالة والمرسل أيضاً، مما يستدعي إعادة التقويم للنموذج الاتصالي، فالصورة المتحركة المباشرة اختزلت العناصر التي كنا نتحدث عنها طيلة عقود، وأصبح هنالك تداخل كبير بين

<sup>(1)</sup> أفلاطون - فلسفته وأراءه في المدينة الفاضلة مطبعة بيروت 1970 من 98 ليدان

<sup>(2)</sup> عبد الله العذامي، الثقافة التلفزيونية، سقوط اللغة وبروز الشجى، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء المغرب، ط 2005 من 24

<sup>(3)</sup> أمثال صينية، جمع مكتبة المتنبي، 1975 من 65 العراق

العناصر الثلاثة، حقاً أن الصورة ليست وليدة اليوم، إلا أن أهميتها ازدادت بشكل كبير في العصر الحديث، فالحياة المعاصرة لا يمكن تصورها من دون صور، وهذا ما أكدته رأي الناقد الفرنسي (رولان بارت) حيث يقول: «إننا نعيش في حضارة الصورة»<sup>11</sup>، لقد جعلت الصورة بشكلها في القنوات الفضائية الإنسان في مواجهة مباشرة مع الحدث.

أن ثقافة الصورة هي ثقافة مفروضة علينا، تقتحم بيوتنا وتؤثر على ثقافتنا وأفكارنا وليس لنا سيطرة عليها فهـي قابلة للتكرار ومن خلال هذه العملية يحدث نوع من الأهمية والتأثير ومن ثم التفاعل، كما إن التغذية المرتدة مطلوبة من الآخرين كما تفعل العديد من البرامج الثقافية على التنميط الثقافي الذي يعني إنتاج نمط ثقافي واحد وفق إرادة المنتج المهيمن بالتعاون مع المخرج والمعد والمقدم، ويكون ذلك عبر احتكار وسائل الاتصال والسيطرة المختلفة كالتقنية والمعلوماتية وتكنولوجي الاتصالات، أن لسحر الصورة مكانتها المثيرة والسحرية في نفوس الآخرين

ويتطلب الانتباه إلى ذلك ومتابعة أثرها على ثقافة المجتمع والتربية وعلى نفسية المتلقي، فالعديد من البرامج خصوصاً برامج البث المباشر، ممكن أن تكون ذات تأثير ثقافي كبير خصوصاً على الفئات التي تعاني من النسيان والتهميش الاجتماعي وتشاهد التلفزيون بكثرة، فتحتاج إلى من يأخذ بيدها وينتبه لها.

أن ثقافة الصورة هي ثقافة المستقبل والتي لا يمكن لرقيب أن يمنعها كما أنها تنشر كل الثقافات ولكن تبقى ثقافة الأقوى، المالك لهذه التقنية والمتحكم بها ومعظم ثقافات الأمم باتت تواجه اليوم، اقتحام البرامج المعولة بالصورة

<sup>11</sup> رولان بارت، الصورة التكرار الإعلامي، ترجمة عبد الجبار الغضبان، مطبعة الثورة -البيس 2001



والصوت من الخارج، لتحل بدلاً عن البرامج المحلية التي تخلق الرقابة والملل لتأتي من خلال البرامج الثقافية وغيرها والتي تتخذ التسلية والمرح رسالة لها كهدف ظاهر ولتمرير ثقافات هادفة كهدف مبطن

أن ثقافة الصورة بأشكالها المتعددة وأخطرها القنوات الفضائية تلعب ولعبت دوراً أساسياً في تشكيل وعي الإنسان المعاصر بأشكال ايجابية حيناً وأشكال سلبية حيناً آخر

### التأثيرات الاجتماعية والسياسية لثقافة الصورة

أن ثقافة الصورة وتأثيراتها دخلت كل مجالات الحياة البشرية، فقد كسرت الصورة حاجز التلقي لدى الأميين وأصبح بإمكانهم مشاهدة ومتابعة ما تعرضه الفضائيات، ولن يعد ذلك حكراً على الأغنياء، بل تتوفر اليوم أجهزة الاستلام وبأسعار زهيدة بأماكن معظم الناس اقتنائها، كما يشاهد الفضائيات الصغير والكبير، مما يعني سعة تأثيرها، فالיום لا يحتاج المتلقي إلى معرفة اللغة أو امتلاكه مستوى وعي ثقافي معين لمتابعة المواد عبر التلفزيون، فقد راح عصر النخبة، رغم أنها لم تفقد دورها القيادي، فهي التي عليها أن ترسم وتخطط

وبدون ذلك سنفقد البوصلة، (إن الصورة عبر وسائل الاتصال الحديثة قد قلبت تماماً دور المجتمع عامة والأسرة خاصة واغتصبت الذات وانتهكت الحرمات الخصوصية علناً جهاراً نهاراً ودون أية علامات استفهام لهذا الواقع الذي يعرض علينا ومساءلة علاقته بالواقع الذي نعيشه. نحن بأمس الحاجة إلى تلفزيون عربي ذي برامج تساعد على التنشئة الاجتماعية والتربوية لأجل تربية الناشئة العربية على الالتزام وإن تبتعد عن التطبيع والانكشاف حيث

القبول بكشف كل عوراتنا وإنهاء هذه الظواهر الناشئة عن تأثير وسائل الاتصال الحديثة كالتحول في القيم والتطبيع مع العنف والخنوع والإذلال<sup>(1)</sup>.

أن الحديث عن القنوات الفضائية يجبرنا إلى الحديث عن الانعكاسات السلبية لها، وكثيراً ما ننسى أن هذه الثورة قد شجعت القطاعات الثقافية على النمو بما قلص من المسافات بين الشعوب والمجموعات ولعبت دوراً في تربية الأفراد وتنمية قدراتهم ومداركهم ومعارفهم، كما لعبت دوراً في ديناميكية المجتمع (فلسنا وحدنا من سوف تقع عليه هذه التحولات، فالمجتمعات جميعها في مرحلة ثقافة الصورة هي الغازية والمغزوة في اللحظة ذاتها)<sup>(2)</sup> باختصار لقد دخلت الصورة في صميم التكوين النفسي والعقلي للمجتمع كما أن للصورة تأثيرات فكرية واقتصادية ناهيك عن الثقافية

يمكن تحديد التأثيرات المفترضة لثقافة الصورة على السلوك البشري استناداً إلى خلاصة ما توصلت إليه دراسات أكاديمية حول الاتصال الجماهيري،<sup>(3)</sup>

1. **الموافقة Socialization**: حيث يسهم الإعلام المرئي في احتواء الفرد داخل إطار اجتماعي محدد، ويفرض عليه بمرور الوقت الاستجابة لمتطلباته
2. **السيطرة الاجتماعية Social Control** ويلعب الإعلام بطريقة ما في إعادة إنتاج للنظام الاجتماعي القائم، عن طريق إثارة احتجاجات مستمرة تجاه النظر للأشياء كما هي، وينسحب ذلك على السلوك القانوني، والنظرة السياسية

<sup>(1)</sup> ياسم محمد ولي، علم النفس الاجتماعي 2004م، دار الثقافة، عمان الأردن، ص 431.

<sup>(2)</sup> محمد جاسم ولي، الصورة وتأثيراتها النفسية، والتربوية، والاجتماعية، والسياسية، جامعة بغداد - مركز البحوث التربوية والنفسية، بحث مقدم لجامعة فيلادلفيا الأردن - عمان، ص 13.

<sup>(3)</sup> فواز إبراهيم، ثقافة الصورة التحليل والاستجابة، وفي الصورة - صورة الوعي، بحث مقدم إلى جامعة فيلادلفيا، الأردن - عمان، 2007م، ص 22.



3. إعداد الأجندة Agenda Setting وهو هدف غير مباشر، مبني على فكرة أن الإعلام عموماً والمرئي منه خصوصاً يحدد النظرات حيال الحوادث والموضوعات التي تستحق الاهتمام

4. المخاوف الأخلاقية Moral Panics وهي تأثيرات نابغة من كونه الإعلام ممثلاً لجماعة فرعية أو ثقافة فرعية بوصفها خطيرة أو شاذة

5. التبدل السلوكي Changing Attitude ويحدث هذا التبدل كنتيجة مباشرة للتعبئة الفاضحة أو كنتيجة للتناوب الناجح Successful Alteration بطريقة تدفع الناس للتفكير في موضوعات محددة لتهينتهم للتصرف بحسب أفكارهم ونظراتهم الجديدة

كما يمكن الإشارة إلى بعض الملامح الناتجة عن التطورات التكنولوجية في عصر الصورة تلك التي يراها البعض منها ما يعد من سلبيات الصورة  
سلبيات الصورة:<sup>(1)</sup>

- للصورة أهميتها التربوية والتعليمية وفي عالم الاتصال الإعلام والإعلان والفنون السمعية البصرية ومع ذلك فالسلبيات عديدة ولافتة
- هيمنة الواقع الافتراضي مما قد يؤدي إلى الإدمان كما في حالة بعض الألعاب المسلية
- هيمنة ثقافة المظهر والشكل والإبهار والاستعراض على حساب ثقافة الجوهر والمضمون والقيمة والعمق حيث تتحول الصورة إلى واقع بدلاً عن أن تعكس الواقع

<sup>(1)</sup> السيد نجم، بحث بعنوان، "الأدب في عصر الصورة الإلكترونية"، الصورة وواقع الأدب الافتراضي، «مقدم إلى جامعة فيلادلفيا، الأردن»، عمان، 2007م، ص 4.

- هيمنة الصورة في حالتها السلبية يعد معاكساً للإبداع وما أحوجنا إليه في حياتنا اليومية وذلك نظراً لهيمنة ثقافة الكثرة والنقل والمحاكاة عن غيرنا
- هيمنة ثقافة صناعة النجوم وما يستتبعها من أساليب غير أخلاقية
- توليد حالة من الإجبار العقلي أو "غسيل المخ" بعض الأنظمة يمكنها توليد الأثر النفسي الفاعل (على الجانب الآخر استخدمه الأطباء النفسيين في العلاج من الفوبيا أو الخوف اللا ارادي)
- ما يعرف بجرائم الصورة (جرائم الانترنت) وهي تقوم على الخداع واستخدام الصور المزيفة أو حتى الحقيقية للإيقاع بالضحية
- وقد نخلص إلى أن "ثقافة الصورة التي تقوم في جوهرها على الجديد والخيال وتنشيط الإبداع تحولت إلى تخوف من هيمنة ثقافة التكرار واللا إبداع.

### ثقافة الصورة التحدي والاستجابة

تطرح الثورة الاتصالية بتمظهراتها الثقافية والمعرفية أسئلة مصيرية من قبيل هل حقاً نجحت الصورة في وأد الكلمة؟ وهل تبدلت وسائل صنع الوعي؟ وهل فعلاً بدأت لحظة إعداد بيان نعي موت الثقافة؟ هذه الأسئلة ومثيلاتها تكتسب أهمية خاصة كونها تضعنا أمام أشد التحديات صعوبة، تلك المتصلة بتكوين الوعي

### التطور التاريخي للصورة

تعرف الإغريق على المبادئ الأساسية لصناعة الصورة، وفي قرون لاحقة عكف العالم العربي الحسن بن الهيثم على تحقيق حلم إنتاج الصورة حين جرب انعكاس الضوء بالصور المقولبة داخل صندوق مظلم، ولكن لم يتم تجسيد الحلم إلا في بدايات القرن التاسع عشر، حيث أثمرت الجهود في ضبط التخيلات عن طريق وسائل ميكانيكية وفي العام 1822 أجرى الفرنسي نيسيفور ناييس أول تجربة تصوير، وتم التقاط أول صورة فوتوغرافية في صيف العام 1827، من قبل



ضابط متقاعد في الجيش الفرنسي، أطلق عليها (هيليوغراف) أي (صورة شمسية)، استغرق تظهيرها ثماني ساعات

ولم تبدأ الصورة من الناحية الواقعية إلا سنة 1839، حين سمع العالم عن شيء ما مهول فقد اخترع لويس داغر طريقة تحميض الصورة الثابتة الملصق على لوح قصي، استغرق تظهيرها نصف الساعة وفي العام نفسه، أعلنت الأكاديمية العلمية الفرنسية هذا الاختراع العلمي، حيث اعتبر هذا العام تاريخاً لاكتشاف فن التصوير الطباعي وفي العام التالي، اكتشف الإنجليزي وليام تالبوت آلية الحصول على صورة مثبتة على ورق تصوير، وكان هذا الاكتشاف خطوة هامة باتجاه عملية الايجابي . سلبي (تصوير سلبي . نيجاتيف) وفي العام 1846 أقام الألماني كارل تساييس في مدينة (إيانا) أول مصنع للبصريات وتكنولوجيا التصوير وفي العام 1888 قام جورج إيستمان ( 1854 . 1932 ) بتجهيز (لغة) بين المنتجات الفوتوغرافية، عرفت باسم فيلم سيلوثود، وفي سنة 1895 بدأ تاريخ جديد للصورة، مع ظهور أول صورة متحركة، أطلق عليها ريجيس دوبريه الصورة السائلة

وكان المصور ادوارد موي بريدج ( 1830 . 1904 ) البريطاني الأصل قد تم اختباره من قبل حاكم كاليفورنيا لالتقاط صور متحركة لسباق الخيل المفضل، حيث تم اللقاء مع توماس اديسون ( 1847 . 1931 ) مخترع الفونوغراف، وقد تأثر بريدج به، فاخترع فيما بعد (زوبراكسكوب)، والذي مهد في وقت لاحق لإنتاج أفلام سينمائية بوتيرة متسارعة

في 9 أكتوبر سنة 1934 تمكن مصور فرنسي من التقاط صورة أحد الوطنيين وهو يطلق الرصاص على الملك اسكندر ملك يوغسلافيا في مرسيليا، فآدى الى مقتله ومقتل رئيس الجمهورية الفرنسية، ثم بعث رجل الكاميرا بالصورة من مرسيليا الى باريس، واستطاع القراء أن يشاهدوا الصورة في شوارع

باريس على الصفحة الأولى بعد 43 دقيقة من مصرع الملك. وكان هذا الرقم القياسي في سرعة التقاط الصورة وتحميض الفيلم وطبعه وبيته بالتلفزيون ثم تحويل الصورة إلى مكليشيه وطبعها في الجريدة، هي حالة فريدة من نوعها حينذاك.

على أن تلك القصة رغم كونها مازالت تحتفظ بقدر كبير من الإثارة ولكن ثورة الاتصالات الكبرى الحاصلة في العالم قللت كثيراً من شأن تلك المغامرات النادرة بالوسائل البدائية، لكثرة البدائل التقنية المعقدة التي تقوم مقام طاقم كبير من الموظفين. ففي العقد السادس من القرن العشرين حصل التحول الدراماتيكي في التقنية الإعلامية، مع انطلاق أول قمر صناعي من الولايات المتحدة في العام 1962، وكان يحتوي على شبكة اتصالات ضخمة عرفت باسم (Telesat)، يتجاوز إرساله حدود الولايات المتحدة ليغطي قارات العالم تقريباً، بعد إدخال جملة من التحسينات والتعديلات الفنية العام 1964.

الثورة التقنية العارمة في نظام الاتصالات ألغت الحاجة إلى القوى البشرية، وأطاحت بالعديد من وسائل الإعلام التقليدية، وأنماط العمل الإعلامي السائدة، وبات الاعتماد بدرجة أكبر على الكمبيوتر والأجهزة الإلكترونية، ففي عام 1993 بدأ الحديث عن الكتاب الإلكتروني الذي أضحى الآن حقيقة.

ويخوض الكمبيوتر في الوقت الراهن حرباً ضروس في مجال إنتاج الصورة وتوزيعها، بعد أن أصبح بفضل تطوّر التكنولوجيا الصورية المسؤول عن انفجار صوري كوني، ويتجه إلى احتواء تكنولوجيا التلفزيون للإندماج في كمبيوتر مرئي، بما يبشر بثورة عارمة في مجال الصورة، تحقيقاً لفكرة (حضارة الصورة) فقد نتج عن الثراء الاتصالي عن لغة جديدة بات الجميع يفهمها، وهي لغة الصورة التي نتداولها في تحضير لحظة جامدة في الزمن نتبادلها مع الآخرين.



أو لحظة متحركة نعيشها معاً ونشاطر يا شعاعاتها فمن خلال الصورة، أصبح بإمكاننا استدعاء لحظة من طفولتنا، ولحظات الفرح والحزن في حياتنا وتقاسمها، ولأن الصورة تحلّل جوهر لحظة ما وتجعلها دائمة، فإننا نقوم بمشاهدتها مرة بعد أخرى لقد بات بإمكاننا الآن عبر الصورة، توثيق ليس الماضي فحسب، بل وحتى الحاضر، فأضحت الصورة الشاهد الملوك والمدون لحوادث العالم، بل والحياة التي نكسوها عليه فالمصورون يسجلون الحروب، والمظالم والفقر، والمأساة الانسانية، والفرح الانساني

وقد تركز نفوذ الصورة عبر السنين في التأثير على الرأي العام، بتوثيق الكوارث، وإطلاعنا على الحروب في جوانبها المرعبة، وكان لدى مصوري الحروب رؤى عظيمة، حيث أن الصور التي التقطوها تكشف فظائع الحرب التي قد تساعد في منع وقوع حروب مستقبلية، وكان بعضهم يعتقد أن الصور التي يلتقطونها ستؤدي إلى إنقاذ العالم فهناك عدة آلاف من صور حرب فيتنام قد شوهدت بعد أيام من التقاطها، وتركت أثراً على كثير من الجمهور في أرجاء عديدة من الكرة الأرضية، وأطلقت مشاعر الغضب والاحتجاج ضد استمرار الحرب بفعل فظاعة الحرب كما عكستها الصورة هي ذات الوسيلة التي غيّرت وجه العالم في الحادي عشر من سبتمبر 2001، حيث لعبت الصورة الحية في تغيير حركة التاريخ، بعد أن أفاق العملاق الأميركي على صدمة هلع وهو ينظر إلى رمزي التفوق يتداعيان في مشهد مشحون بدلالات حضارية وثقافية، ولا ننسى دور الصورة في حروب المنطقة بدءاً من أفغانستان ووصولاً إلى لبنان، وهانحن نعيش حرب الصورة في العراق التي تكسو المشهد اليومي بؤساً مضمخاً بلون الدم

لقد أصبحت لدينا إمكانية رؤية ومعرفة ما يجري عن طريق التدفق المتصل للصورة، وبات باستطاعتنا أن نأخذ علماً بالتاريخ الذي يصنع، وغداً كوكب الأرض في مرمى الكاميرا التي تمنحنا إمكانية التأمل في حوادثه في

المقابل، يشكو كثيرون من سطوة وكثافة حضور الصورة في حياتنا اليومية، بحيث جعلنا داخل غيمة إعلامية، ففي حين كان الإعلام عموماً يضيء على الأشياء شكلاً، فإن زيادته تغمص بنا في ما لا شكل له، بسبب سرعة الصور المتدفقة التي لا تدع مجالاً للتأمل

وكانت رؤية سدنة الصورة من أجل أن تحصل على صور مؤثرة، فانت، في بعض الأحيان، بحاجة إلى أن تصدم الجمهور، فالصور التي تبقى في الذاكرة وتُستدعى، بصورة دائمة، هي تلك التي تنطوي على صدمة، أو تحدث هلعاً، فهذه الصور تبقى معنا، وتترك بصمة في عقولنا، وتربض في ذاكرتنا بكلمات أخرى، أن قابلية استدعاء الصورة يكمن في سطوتها، في تخليق إنطباع بصري يوقظ شيئاً ما في الشخص الذي ينظر إليها، قد يكون إحساساً بالخطر، أو إحساساً بالحنان والرفقة وبالطبع، فلا بد أن تبعث الصورة رد الفعل العاطفي بداخلها الذي يملكنا ويدفع بنا للتفكير

### ثقافة الصورة و تجميع الوعي

يعرف إدوار هريو بأن الثقافة هي ما يبقى للإنسان عندما ينسى كل شيء<sup>(1)</sup> وبلا شك، فإن الصورة تنعم بقدرة التسلل والاقامة الطويلة في الذاكرة فقد ينسى أحدهم كتاباً قرأه قبل عشرين عام، ولكنه بالتأكيد لن ينسى مشهداً بصرياً، أو صورة، سيما تلك التي تحفل بجرعة عالية من الجاذبية والدهشة في واقع الأمر، أن المعرفة الانسانية عموماً متسوجة من كتلة تصورات متفاوتة في تعبيراتها ودلالاتها، وأن مسيرة المعرفة كانت مترافقة على الدوام مع زيادة الثراء التخيلي والتراث البصري على طول التاريخ نتذكر هنا مقولة أرسطو ( أن التفكير مستحيل من دون صور ) ، فالصورة كانت دائماً عنصراً

<sup>(1)</sup> لويس دولتو، الثقافة الفرنسية والثقافة الجماهيرية، ترجمة خير الدين عبد الصمد، دمشق، 1993، ص 67



تحريرياً في الانشغالات الفلسفية، ومدخلاً حتمياً للإجابة عن سؤال الماهية التي تعني هيئة الشيء، حيث يتجلى بقاء الأشياء في استمرارها وبقائها، وما يبقى منها يتم الكشف عنه في الصورة (idea) حيث يتجلى ماهو كل شيء من نوع جنس ما<sup>1</sup>.

وفي زماننا، أضحت الصورة جزءاً من سلطة المعرفة الحديثة التي يسيطر عليها الإعلام، كما كانت مصدر إلهام للفلسفات الغربية الميتافيزيقية المتناكفة، إذ باتت الصورة تظهيراً عقلياً للخبرة الحسية نلقت إلى أن الصورة كانت ساحة مواجهة أيديولوجية بين الكنيسة والدولة في أوروبا، ولذلك جرى تحريم الصور والنظر إليها كجزء من التجاذب بين الطرفين، وكان الحكام يفرضون حظراً على الصور ذات الطبيعة الدينية كونها تشكل خطراً على السلطة السياسية

وهناك الآن أنواع جمّة من الصور تزداد كل يوم مع تطور وسائل المعرفة بما يقرّينا من حضارة العين، ومن الناحية التقنية المحض فإن القرية الكونية التي بشر بها مارشال ماكلوهان، هي صناعة صورة، ظهرت بعد حرب فيتنام في صور أطفال يقتلون بقنابل النابالم، والتي حرّكت الشارع الأميركي للمطالبة بوقف الحرب العنيفة

بواسطة الصورة، بات بالإمكان استعمال الحواس كافة (الشم، والسمع والنظر، واللمس) فقد أسقطت الصورة الدور المحايد للمتلقّي، وأملت عليه مهمة أخرى ليصبح متفاعلاً، إذ لم تعد الصورة تسجيلاً للحظة مرئية في مكان ما، إذ تجاوزت وتليفتها التقنية ودخلت في عملية الصياغة الذهنية ولعبة الحقيقة والزيف فالصورة وإن باتت قادرة على فضح الحدث، ولكنها صالحة أيضاً

<sup>1</sup> | مارتن هينجر، الفلسفة في مواجهة العلم والتقنية، ترجمة د. فاطمة الجبرشي، دمشق 1998، ص 34.

للاستعمال من أجل إخفاء حقائق كثيرة، حين تمارس فعلاً ضدياً ومطلماً أن أهم جزء في الصورة هو إيصالها، فإنها، كمنجز غربي بسبب تقنياتها المتقدمة وتجربتها الطويلة، تدخل في لعبة التنميط والقولية والنمذجة في أبعادها الإعلامية والسياسية والثقافية

وإذا كان الرهان على المنظومات الفكرية التي تحول دون انكسارها تحت وابل الصور المتدفقة ووسائل الاعلام عموماً، وهي، أي تلك المنظومات، ما تمدنا بمناعة التأثر من الدسائس الفكرية للصورة، فإن انشغالات الأخيرة تركّز إما على تعزيز تلك المنظومات الفكرية أو تفسيحها، بالنظر الى مصادر الصورة ومنتجها وانتماءاتهم الأيديولوجية، بما يجعل الخبر مقبولاً أو منبوذاً يسرد أدغار موران شواهد عدة فالألمان الذين أرادوا أن يجهلوا معسكرات الاعتقال النازية جهلوا، وفي العام 1945، استقبل السكان الألمان صور معسكرات الألمان ورواياتها بوصفها أكاذيب دعائية والشيوعيون الذين أرادوا أن يجهلوا معسكرات الغولاغ جهلوا، والفرنسيون الذين أرادوا أن يجهلوا التعذيب في الجزائر جهلوه<sup>38</sup>.

ولتصوّر الطبيعة المضللة للصورة، نتذكر طقوس ما يسميه إدوارد سعيد (أديان التلفزيون)، ولكن من زاوية مختلفة، حيث تتدخل الصورة خلال الحملات الرئاسية في توجيه وعي الجمهور، بتواطؤ شفهي من المتنافسين على الرئاسة الأميركية ففي مناظرة كينيدي ونيكسون في الانتخابات الرئاسية العام 1960، التي فاز فيها كينيدي لأنه قبل بوضع المكياج الخاص بالكاميرات خلال اللقاء، فظهر للمشاهدين في صورة لائقة، بينما رفض نيكسون التقليدي، مثل تلك البدع الجديدة، فبدأ شاحباً<sup>39</sup>.

<sup>38</sup> إدغار موران، مقدمات للفروج من القرن العشرين، ترجمة الطران حمصي، دمشق 1993، ص 38.

<sup>39</sup> المناظرات السياسية: هل نحدد رئيس أميركا القادم؟ انظر:

<http://arabic.cnn.com/2004/us.elections/10/25/us.elections/index.html>



يجادل بورديه في كتابه (الحرب والصورة) ببراعة التوظيف المحموم للصورة من أجل صنع الواقع، حيث تدور رحى الحرب بين متسابقين على من يملك قدرة فرض الواقع الذي يشاء وحرمان الخصم من المشاركة أو تبديل هذا الواقع، الافتراضي بالضرورة لا غرابة، حينئذ، حين تكون مصادر انطلاق الصورة هدفاً مركزياً في أجندة الحروب الأخيرة ففي حرب كوسوفو العام 1999 قصفت قوات الناتو مبنى التلفزيون في بلغراد وتدميره، وفي 27 مارس 2003 قصفت القوات الأميركية مبنى الإذاعة والتلفزيون في بغداد، وكادت أن تُلقي قناة الجزيرة المصير نفسه في العام 2004، وفي يناير 2006 دُمّرت القوات الإسرائيلية مبنى الإذاعة الفلسطينية ومبنى التلفزيون في مدينة البيرة وهدّدت بقصف مبنى التلفزيون في مدينة غزة وفي 16 يوليو 2006، أي بعد ثلاثة أيام على اندلاع الحرب بين حزب الله وإسرائيل، قامت الأخيرة بتدمير مبنى تلفزيون المنار فقد كان الاعتقاد بأن السيطرة على الصورة تمثل الخطوة الأولى لحسم المعركة

وتدلل هذه الأمثلة على أن ثمة سعياً حثيثاً من أجل الحيلولة دون تمكّن الحقيقة من القيام بتحرير الصورة من أسر خاطفيها، وأن حرب الصورة أسقط مبدأ الحيادية هذا لا يعني، بالضرورة، أن الحيادية سمة جوهرية للصورة فتجريد الأشياء يعطّل إمكانية تفسيرها وفهمها وتذكر، يحكم الواقع، أن الصورة المرتبطة بالقدس تصنع مخيالاً مندغماً في المقدس ففي الحضارة الرومانية، حظيت الصور المقدسة بمكانة فريدة في المنظومة الطقسية الرومانية، وباتت تتقاسم نضجة القداسة مع النص الديني الروماني

إن مقولة دع الصورة تتكلم، تعبّر عن ذاتها، تستعيض عن الكلمات بكلمات من نوع خاص، من أجل تحويل المشاهد إلى مستنطق للصورة، مشارك في حوارية صامتة تفوّض الصورة من يشاهدها مهمة التعبير عنها بكلمات، باتت مقولة

قديمة وطوباوية، فالصورة تشارك بكثافة في توجيه الأفكار المراد إيصالها عبر تلك العلاقة الحسية المباشرة

ويمكن الزعم، أن الصور المتدفقة، بلا انقطاع، تمارس ديكتاتورية من نوع آخر، حيث لا تتيح فرصة للمتلقي بالتفكير بصورة مستقلة خارج مجال سريان الصورة، بما يؤول إلى نفي الواقع، والمكوث مكانه. فقد أطلق المفكر الفرنسي (جان بودريار) على ح رب الخليج الثانية (1990.1991) بأنها نسخة تلفزيونية، فيما اعتبر ماثول كاستي أن ما شهده الجمهور في تلك الحرب هي ( الواقع المتخيل) الذي فرضته تكنولوجيا الاتصال، حيث تختلط الحقيقة بالواقع المصنع صورياً إنطلاقاً من مرحلة الإعداد العسكري وصولاً إلى الإستعراض التلفزيوني.

لاشكك، أن مصدر قوة الصورة يكمن في كونها بمثابة نص مرئي مفتوح على اللغات قاطبة، وأنها ثرية بقدر يسمح بقراءات متعددة، فاحتلال الصورة للثقافة البصرية مهّد لاختراق الخيال العام، وبالتالي الانشغال الذهني، وصولاً إلى هيمنة المخبوء على الوعي، أي عبور الرسالة المندسة في الصورة إلى مربع اللاوعي، بما جعل للصورة مهمة سرّية تتجاوز البصر إلى البصيرة. فالحلال حدود الصورة يحيلها إلى مضخة معرفية مكتظة بحزمة دلالات، وإيحاءات وتعبيرات لا تنتمي إلى مجرد البعد الجمالي منها، فثمة رسالة غير مرئية تتسرب خارج الحدود الرسمية للصورة، تسهم في إنجاب كوكبة مفهومية تعكسها على مجمل المناشط الثقافية والمعرفية المسؤولية عن صنع الوعي فالمخزون الدلالي للصورة يجعلها أداة إتصالية عالية التأثير العاطفي والمعرفي، بل تحيلها إلى وسيط حوارى ممتد، محدثة غزارة في المعاني والدلالات وحضوراً كثيفاً في المشهد الثقافي والمعرفي اليومي



فالصورة باتت القابلة التي تساعد المشاهدين على أن يلدوا أفكارهم الخاصة، المتطابقة مع الرؤية الثاوية في الصورة فهي تملئ علينا ما يجب فعله وتجعلنا نشاهد ما تريد منا مشاهدته، فنتحرك ونلفظ بطريقة مماثلة إنها تقودنا إلى نقطة في منتصف الطريق ثم تتخلى عنا كيما نواصل السير إلى النهاية المقررة سلفاً إنها لا تريد منا أن نكون إبداعيين في التفكير، لأن الصورة التي يفرضها نظام الإنتاج الصناعي، ذات طبيعة غير حوارية فهي كلمة أمام الجمعية العامة للأمم المتحدة، تحدث رئيس الوزراء الماليزي السابق مهاتير محمد في الثاني من أكتوبر 1993 (إن ما تسمعه أو نشاهده هو في الواقع ما قررت وسائل الإعلام الغربية هذه إننا يجب أن نسمعه أو نشاهده)، وأشار إلى (الاهتمام البالغ الذي تبديه وسائل الإعلام الغربية برقصة المغني مايكل جاكسون، أكثر بكثير من إهتمامها بإذاعة شيء يحدث في اللحظة ذاتها ويتعلق بمنابح، وعمليات قتل جماعية، أو معاملة وحشية يتعرض لها بنو الإنسان في أماكن أخرى من العالم)

الصورة، وبخلاف وسائل التواصل الثقافي الأخرى، أسقطت عامل السن فهي قابلة للإدراك والقراءة وإن بمستويات متفاوتة، من كل الفئات العمرية طفلاً كان أم شاباً أم كهلاً، وهي تؤثر فيهم جميعاً بدرجات متباينة ولا شك أن صورة محمد الدرة وهو يسقط شهيداً في حضن والده كانت نصاً مفهوماً من قبل المستويات العمرية كافة، وكانت كفيلاً بتغيير مسار النضال الفلسطيني وتضجير الغضب الجماهيري في أرجاء الوطن العربي والإسلامي وصورة البارحة الاسرائيلية وهي تنفجر بصاروخ من المقاومة اللبنانية بالقرب من شواطئ بيروت كفيلاً بتغيير مسار الحرب، والأوضاع النفسية في الشارع العربي وصورة مجزرة قانا كانت كفيلاً بإحداث تصدع في التحالف الدولي مع الدولة العبرية في عدوانها على لبنان في يوليو. أغسطس 2006.

ينبىء ما سبق عن أن الصورة باتت قوة إقناعية ناشطة، تعزّزت، بدرجة أكبر، بارتباطها بالصوت لتتشكّل وجبة معلوماتية مكتملة العناصر فالتقنية الحديثة لم تجعل الصورة منتشرة في كل مكان فحسب، بل حوّلت مفاهيمها أيضاً، فقد بات بوسع أي شخص يعيش في ظل الثورة الإتصالية أن يغنم دفعات متصلة من الصور ذات الأشكال الفنية والثقافية والتعبيرية المعقّدة

وتم استبدال الروتين الطويل للرسم والتلوين بانتصار آلة التصوير التي استحوذت على سبيل المثال على تمثيل الموضة تماماً والرواية المسلسلة، والتي كانت تحتضر أصلاً في فترة ما بين الحربين تفقد مكانها في عصر التلفزيون للمسلسل الذي يعرض على الشاشة وحل الفيلم السينمائي، الذي سمح بمجال أعظم كثيراً للموهبة الإبداعية الفردية بعد انهيار نظام إنتاج الاستديو في هوليوود، ومع توجه جمهور السينما نحو البيوت لمشاهدة التلفزيون وبعد ذلك الفيديو

لقد أحدثت الصورة إنهماكاً متسارعاً في حدود الزمان والمكان، في عملية افتتات واسعة النطاق على المصادر الثقافية التقليدية، في سياق صنع استقطاب ثقافي عولمي، يقطع صلة المجتمعات بجذورها الثقافية، ومنظومات قيمها ويستوعبها في دورة إتصالية بالغة الثراء، ولكن وفق شروط ثقافية قهرية، تكون فيها الصورة أداة إعادة تشكيل الوعي، مفضية إلى قطيعة مع الثقافة المكتوبة وتكوينها العقلاني بالنسبة للمجتمعات القروية والريفية، وكانت صدمة الصورة عنيفة، أحدثت معها زلزالاً مدمراً أحياناً في نظام القيم الاجتماعية، قياساً إلى المجتمعات المدنية والحضرية التي عاشت تحولاً إتصالياً تدريجياً

لأريب، وإنصافاً في القول، أن الصورة ساعدت في تسهيل استيعاب الطلاب للنظريات العلمية المعقّدة، وأن حضور الصورة في العلوم التطبيقية والنظرية



والطبية والهندسية وحتى العلوم الانسانية ساعد في جعل المادة العلمية سهلة الهضم ذهنياً فقد شغلت الصورة حيزاً هاماً في مناهج التعليم المدرسي، على حساب مساحة النص المكتوب، الذي بات مرهوناً للوعن الذي تقدمه الصورة في اكمال وظيفة التعليم يحلل ايريك هوبزباوم ذلك بما نصه (فمن يقرؤون الكتب لأغراض جدية، خلا الأغراض المهنية أو التعليمية أو الأغراض المشابهة الأخرى، كانوا قلة قليلة ومع أن الثورة التعليمية قد زادت من أعدادهم على نحو مطلق، فإن سهولة القراءة تراجعت في دول ذات تعليم شامل نظرياً، حيث توقفت الطباعة عن أن تكون البوابة الرئيسية الى العالم فيما وراء الاتصال ما بين الفم والأذن ففي أعقاب الخمسينات لم يعد حتى أطفال الطبقات المثقفة في عالم الغرب الغني يقبلون على القراءة عن طواعية كما كان يفعل أبائهم)

في المقابل، كسرت ثقافة الصورة إحتكارية مصادر التربية التقليدية، فلم تعد الأم مصدراً مهيمناً للتربية، فقد أصبح الطفل يخضع لمصادر تربوية أخرى فلم يعد الطفل يلبس ويتصرف ويفكر كما تشاء أمه، فقد أصبح منهوياً لتبدلات تربوية دراماتيكية تستجيب لمطبيعة الصور التي تتسلل إليه بدون انقطاع عبر الشاشة يقول أحدهم: (اندهشت عندما دخلت الصغيرة ذات السنوات الخمسة، وهي ترتدي «الهاف ستومك»، وتضع «المانيكير»، و«الروج»، وترتدي حذاء ذا كعب عال، وقصة شعرها مثل الراقصة (فلانة)).

يرى الدكتور محسن خضر، أستاذ أصول التربية بجامعة عين شمس، بأن ثمة ما يدعو للقلق إزاء طغيان ثقافة الصورة على شخصية أطفالنا ومراهقيننا، فلم يعد المثل الأعلى للطفلة الأم التي معها في المنزل، والتي كانت سابقاً تحاول تقليد دورها في المطبخ، وفي رعاية الأطفال، فتقوم بنفس الدور مع

عروستها، ولم يعد المثل المعلمة أو الأخوات الكبار، بل أصبحت القدوة والمثل الأعلى نماذج غير سوية تفرضها ثقافة الصورة، وتروج لها ليل نهار<sup>(1)</sup>.

ولأن التقليد هو منتج بصري بدرجة أساسية، فإن تعدد الوسائط البصرية يزيد في مساحة التقليد وأشكاله. فقد كان الطفل الرضيع يقلد والدته وإخوانه في البيت، ولكن حين يكبر يشاهد التلفزيون، ويذهب إلى الروضة والمدرسة، ويذهب إلى السينما ويمضي وقتاً طويلاً نسبياً في الألعاب الإلكترونية ويخرج إلى السوق. وتقع عينه على شريط طويل من الصور المتدفقة التي بالتاكيد ستتطبع في ذهنه وتنعكس في سلوكه جزئياً أو كلياً

ما سبق يلفت الانتباه إلى الثورة الإعلانية التي قامت على تأثير وسطوة الصورة التي تدفع كثيرين إلى العادات الضارة حسب تصوير رئيس سابق لاتحاد الإعلان في بريطانيا وينستون فليتشر: (لماذا يدخن بعض الناس وهم على علم بأنه مضر بالصحة؟ إنه لا بد أن يكون الإعلان ولماذا هناك الكثير من الحمقى في شرب البيرة؟ إنه لا بد أن يكون الإعلان ولماذا هناك الكثير من ذوي الأجسام السميكة والثقيلة الوزن؟ إنه لا بد أن يكون الإعلان؟ ولماذا يذهب كثير من الناس لإصلاح التسوس في أسنانهم؟ إنه لا بد أن يكون الإعلان؟ ولماذا ينغص الأطفال على أبنائهم من أجل ألعاب الأعياد؟ إنه لا بد أن يكون الإعلان ويخلص فليتشر من ذلك للقول: (إن هذه القائمة من التأثيرات الإعلانية في الغالب لا نهاية لها. إن قوة الإعلان تدفع الناس لشراء أشياء ليسوا بحاجة إليها، ولا يريدونها، وفي الغالب مضرّة بالصحة)<sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> عندما تغتال المرأة، الشبكة الإسلامية بتاريخ 2005/09/25 أنظر:

<http://www.islamweb.net/ver2/archive/readArt.php?lang=A&id=99197>

<sup>(2)</sup> إيريك هوبز باوم، عصر النهايات القصوى، الجزء الثالث - الانهيار، مصدر سابق ص 140



فمنذ الستينيات فصاعداً كانت الصورة التي رافقت الناس في الغرب، وكذلك في العالم الثالث المتحضر على نحو مضطرب، منذ الولادة حتى اللحد هي تلك التي تروج للاستهلاك أو تجسده أو التي تركز نفسها للتسلية الجماهيرية ذات الطابع التجاري<sup>(12)</sup> فسيطرة النزعة الاستهلاكية والاتصالات الجماعية على المجتمع يرهن الأفراد للقيام بأدوار قد حددها لهم غيرهم، وهذا الشكل الحديث للتبعية<sup>(13)</sup> فالصورة التي أضحت أيقونات (رموز) لتلك المجتمعات هي صور التسلية الجماعية والاستهلاك الجماعي رايات وعلم

ولم يكن من دواعي الدهشة أن تتنازل مدرسة الرسامين الرائدة في الخمسينات، في وطن الديمقراطية الاستهلاكية، أمام صانعي الصور الأقوى كثيراً من الفن ذي الطابع القديم، وهو ما أدى لإطاحة الفنون الفرعية، أي (اندثار الحدادة)<sup>(14)</sup>.

مداهمة الإغراء للمجتمع الاستهلاكي كمقدمة للإستحواذ عليه شجعت نظام الإنتاج الصناعي على اقتحام، الى جانب الثقافة الجماهيرية، مجال الأعمال الفكرية، صائبا إهتمامه على ربح الأسواق، مكرهين الثقافة الحقيقية على اخلاء مواقعها في سبيل مصالح تجارية لنظام الإنتاج الصناعي<sup>(15)</sup> فتطور تكنولوجيا الإتصال أدى، في نهاية المطاف، إلى موت الثقافة، وجعل من المنقذين مجرد طبقة كسيحة لا تلوي على قدرة الفكاه من أسر الصورة اليومية التي تصيغ وعي الجمهور العريض

<sup>(12)</sup> آلان تورين، نقد الحدادة، الحدادة المظفرة، القسم الأول، ترجمة صيَّاح الجهم، دمشق 1998، مصدر سابق ص 192

<sup>(13)</sup> آلان تورين، نقد الحدادة، الحدادة المظفرة، القسم الأول، ترجمة صيَّاح الجهم، دمشق 1998، مصدر سابق ص 192

<sup>(14)</sup> إيريك هوبزباوم، عصر النهايات القصوى، الجزء الثالث، الانهيار، مصدر سابق ص 140 - 141

<sup>(15)</sup> توبس دولو، الثقافة الفردية والثقافة الجماهيرية، ترجمة خير الدين عبد الصمد، دمشق 1993، ص 138 - 139

تأثير التكنولوجيا الكاسح فكان اشتغالاً مرأً لدى بنجامين في مقالته المنشورة عام 1936 عن (العمل الفني في عصر إمكانية إعادة نسخه التقنية) إن خروج الفن، بحسب بنجامين، من حدوده المؤسسية لم يعد يظهر وحسب، أو حتى يشكل أساساً، مرتبطاً ببيوتوبيا إعادة اندماج، ميتافيزيقية، أو ثورية، للوجود، بل بالأحرى، مرتبط بحدث التكنولوجيات الحديثة التي تسمح، وحتى تحدد في الواقع، شكل تعميم للعنصر الاسطيطيقي (الجمالي) مع حدث إمكان النسخ التقني، للعمل الفني، لا تفقد فنون الماضي وحدها تلك الهالة التي تحوطها وتعزلها عن باقي الوجود، عازلة في اللحظة ذاتها، دائرة التجربة الاسطيطيقية ذاتها، بل تولد أشكال فن يكون إمكان نسخها مكوّن لها مثل السينما والصورة الضوئية، ههنا، ليس وحسب لا تعرف الأعمال الفنية النسخة الأصلية (الأصل) بل يميل الفارق بين المنتجين والمستهلكين الى الامحاء، إن لم يكن الا لأن هذه الفنون تنحل في الإستعمال التقني للالات، وهكذا تتم تصفية قوله عن العبقريّة (وهي في الحقيقة ليست سوى الهالة المرتبة من منظور الفنان)

فكرة بنجامين عن التبدلات الحاسمية للتجربة الاسطيطيقية في عصر إمكان نسخها تمثل الإنتقال بين الدلالة الخيالية، الثورية لموت الفن ودلالته التكنولوجية، التي تنتهي إلى نظرية الثقافة الجماهيرية<sup>21</sup> من وجهة نظر أدغار موران فإن التقدم في الإعلام والمعرفة هو الذي سبّب التقدم في التحريف والجهل، وأن القوى المهددة بالقوة الإعلامية التي تحملها وسائل الإعلام الجماهيرية لم تجد وسائل أخرى سوى استعبادها وتحويلها الى أدوات تضليل فالصورة الفوتوغرافية، منذ ظهرت، سبّبت تضييق الصورة الروحانية التي تظهر، فيها أطياف وأشباح

<sup>21</sup> جاني فليمنز، نهاية الحداثة... الطسفات العنمية والتفسيرية في ثقافة ما بعد الحداثة (1987)، ترجمة، فاطمة الجبوشي، دمشق 1998، ص 63



ويخلص بالقول أن تقدم الأكاذوبة في مجال الإعلام هو الرد على التقدم الإمكانى للحقيقة التي كان يحملها نمو وسائل الإعلام الجماهيرية<sup>11</sup>.

وسكان رهط من المثقفين الفرنسيين في القرن الماضي، أمثال ميشيل فوكو، انتقد الإقراض في استنزاف حاسة الإبصار بفعل ما أنتجته هذه الحاسة في العالم الحديث، لأنه يفضي، في جوهره، إلى إلحاق الضرر بالعقل فقد محقت الصورة سلطة المثقف، بوصفه حارساً تقليدياً على المعرفة وأداة لتغيير الواقع فقد أنزله الإعلام الجماهيري إلى مستوى المتلقي والمراقب ويرى فوكو بأن مجتمعنا الحالي ليس هو مجتمع المشاهد، لكنه مجتمع المراقبة، فنحن لسنا في قاعة المسرح ولا على خشبته، لكننا موجودون داخل منظومة الرؤية الكلية الخاصة بالمراقبة.

فالمنتحبون على موت الفن، يحملون وسائل الإعلام الجماهيرية مسؤولية موته، حيث يأخذ شكل (انتحار إحتجاجي ضد المبتذل والثقافة الجماهيرية غير النزيهة، وضد إضفاء الصفة الإسطيطيقية على الوجود في مستواه الأكثر تدنياً أو الأضعف)

تاريخياً، بات ما لوفاً أن التحوّلات الجوهرية في المجال الإتصالي تفضي الى هزّات ثقافية، بما يجعل العلاقة الجدلية بين وسائل الإتصال ومسار الثقافة صميمية ولكن هذه العلاقة لا تعبّر بالضرورة عن طبيعة توافقية بينهما، من حيث الارتباط بين التطوّر الإتصالي والمضمون الثقافي، فليس كل تطوّر إتصالي يشي بعمق ثقافي، ذلك أن عصر ثقافة الصورة، في نظر المثقف، بمثابة جناية كبرى على الثقافة الإنسانية، كونها صادرت مفهوم الثقافة، وأغراضها، وأريد

<sup>11</sup> أدغار موران، مقدمات للخروج من القرن العشرين، ترجمة لطون حصي، دمشق 1993، ص 50

من المثقفين أن يكونوا أزاماً يعملون لخدمة سدة الصورة، بما ينذر بموت الثقافة

لا يكفي تضيق المسافات والأمكنة إتصالياً من أجل تسهيل التداول الثقافي بين الشعوب، ولكن ثمة إشكالية جوهرية تحقيق بهذه المهمة، حين تحيل من الثراء الإتصالي الى مصدر تسطيع ثقافي، عبر تشجيع أشكال ثقافية بليدة تخدم مشاريع تجارية معينة، وتحويل الثقافة الى مادة تسلوية وترويجية منفلة إن الطلاق بين العالم التقني والعالم الثقافي يتسبب في، الى جانب كونه أبرز مسببات موت الحداثة، اندثار القضايا الكبرى والقيم الكبرى، التي دافع عنها رواد الحداثة، فيما أطلقت الصورة العنان لسيادة التقنية

فالصورة الآن تستغرق الفضاء الثقافي، وتسجل حضورها في الحقول العلمية والمعرفية والإتصالية قاطبة، فهي في السينما، والتلفزيون، وفي الصحف اليومية والمجلات، وفي الكتب المدرسية، وعلى الجدران والإعلانات التجارية، بحيث أصبحت جزءاً من المشهد اليومي . فالصورة وإن حازت قدرة على تفجير ما أسماه الدكتور محمود الذواوي بالشحن الماردي، تمهيداً لاطلاق حوار ثقافي واسع، الا أنها لا تقي بالضرورة بمنتجات ثقافية رصينة

يشرح الناقد الادبي عبد الله الغدامي التحولات التاريخية لأدوات التواصل الثقافي ، بدءاً من المشافهة، مروراً بالكتابة التي حلت مكانها ، حيث فرضت نسقاً ثقافياً متطوراً، وفتحت أفق الوظيفة الثقافية من كونها ملكة خاصة بطبقة الحفاظ الى ملكة مفتوحة على النشاط الذهني عموماً فبعد أن كانت الثقافة الشفهية تقوم على التواصل بين اللسان والأذن، أصبحت الثقافة تقوم على القلم والعين



نشهد الآن تحولاً درامائياً يهدد تراثنا الثقافي والأدبي، ويرى الغدامي تحولاً في وظيفة النقد الأدبي تبعاً للتحول الثقافي حيث انتقل الجمهور من ثقافة الأدب إلى الثقافة العامة، أي ثقافة الصورة مثلاً ثقافة الدراما، ثقافة السينما إلى آخر ثقافة متنوعة وهذا التغير يقتضي أيضاً تغييراً في الأداة النقدية لكي تواجه هذا التغير الضخم.. فلم يعد الناس يهتمون بقصيدة لأحمد شوقي أو لأدونيس كما يهتمون بأغنية بالفيديو كليب أو بدراما تلفزيونية. ويعلن الغدامي بلهجة لا تخلو من الحسرة على (موت الأدب) مع بداية عصر الصورة مطالباً بمواكبة هذا التغير كيما يكون للنقد القدرة على مواكبة هذا المتغير (ولهذا السبب أصبح النقد الثقافي هو الصيغة الملائمة لهذا التغير الثقافي الضخم)<sup>(1)</sup>.

وحول تأثير الصورة وقوتها، يشير الغدامي إلى الحرب العدوانية الإسرائيلية على لبنان في يوليو، أغسطس 2006، وقال (إن الصور التي رأيناها طوال 33 يوماً عبر الفضائيات، أعادت للمواطن العربي والمسلم الضمير المنتصر وهذا ما لم تستطع القصائد الحماسية فعله)، مضيفاً (في الماضي، خدعتنا الخطابة البلاغية التي انتهت في عهد الصورة خلال خمس سنوات لم أشهد خطاباً واحداً يخلو من البلاغة الرنانة، إلا خطاب الأمين العام لحزب الله حسن نصرالله، الذي يسير وفق ما تتطلبه المرحلة، التي لا تعتمد إلا على الفعل قبل القول البليغ)، واصفاً إياه بـ (خطاب المرحلة بكل المقاييس العلمية، التي تتماشى وثقافة الصورة، خصوصاً خطابه الأول الذي أعلن فيه عن تدمير البارجة الإسرائيلية)<sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> <http://www.elaph.com/ElaphWeb/Interview/2006/4/139475.htm>

<sup>(2)</sup> صحيفة النور، اللبنانية، 21 / 9 / 2006م.

مقارنة بسيطة لمحتويات ذاكرتنا بين حروب العرب من 1948 إلى 1973 والحروب التي اندلعت في عصر الصورة، بدءاً من حرب الخليج الثانية 1991 وحتى حرب تموز 2006، سنجد أن فارقاً هائلاً بين نسبة المعلومات الى كمية الصور، فقد بدا في الحروب التالية تسيّد الصورة لذاكرتنا الجمعية، بما يجعلها مفتاحاً لكمية المعلومات المضغوطة فيها

إختبار عاجل لقائمة عشوائية من الصور المكتظة في ذاكرتنا تكشف عن درجة الوعي عاصفة الصحراء، شوارتسكوف، حضر الباطن، الخفجي، محمد الدرة، شارون، الإنتفاضة، عناقيد الغضب، قانا الأولى، حرب تموز، حسن نصر الله البارجة الحربية الاسرائيلية، قانا الثانية، تسونامي، إعصار كاترينا، برجي التجارة، القاعدة، بن لادن. الخ

إن أول ما يقفز من هذه القائمة هو سلسلة صورة مترأصة، تحتوي على كميات متفاوتة من المعلومات، فمنسوب الذاكرة التصويرية لدينا تكاد تتساوى بما يوحي وكأن المسافة الثقافية بين الأفراد محكومة الى كمية الصورة المحشورة في ذاكرة كل منا

لقد امتصّت الصورة الطاقة الإبداعية للغة، فتحوّلت هي ذاتها الى لغة فبعد أن كان الفنان يستعير بالكلمات المجردة من أجل توصيف واقع ما، نجحت اللغة البصرية في اقتحام المجال الإبداعي، حيث يتحول الموصوف اللامرئي الى مادة بصرية قادرة على الإفصاح عن ذاتها بلغة صورية مكثزة بالدلالات والايحاءات، وأشكال التعبير التي تفتح المخيال الإنساني وتزخمه بحزمة إشارات بصرية تضاهي بل تتفوق على القدرة الإبداعية والقوة التعبيرية للغة المجردة فقد بات المثقف مطوّقاً بضراوة الصورة، التي نزعته منه سلطة كان يتمتع بها فيما مضى، على وقع تقهقر متواصل لدور الكلمة المكتوبة، التي يعول



عليها في صنع رؤية للعالم وتغييره، فقد خرجت السيطرة من مجالها الثقافي التقليدي وانتقلت إلى مراكز جديدة، تضطلع بدور صنع الرؤى والتأثير فيها ممثلة في أبطال الصورة الذين يتربعون على عرش الثقافة الجماهيرية من نجوم الغناء، وأبطال الأفلام وكرة القدم، ومصممى الأزياء. فهؤلاء يحققون انتشاراً كونياً، ويضخون قيماً استهلاكية تغمر الكيانات الثقافية بكل تجهيزاتها الاتصالية، وعودها المثالية، وتسلب منها قدرة المجابهة مع مارد الصورة العابر للمقارنات، فقد سبقت الصورة إلى تحقيق فكرة القرية العالمية، وصولاً إلى تفكيك المنظومات الثقافية والقيمية السائدة، فغلبة الصوت والصورة القائمين على التقنية بمثابة ضغط شديد على الأداة الرئيسية لتجربة الثقافة الرفيعة المستمرة، أي الكلمة المطبوعة، بحسب ايريك هوبزباوم<sup>140</sup>.

لم تعد الصورة لحظة زمنية جامدة، ولا حالة ثقافية محايدة، يقول ريجس دويريه بأن (المكتوب نقدي أما الصورة فنرجسية) بيد أن زمن الصورة الخام قد أدير، وأصبحنا أمام اكتظاظ تأويلي، حيث تفتح أفاق التأمل على وقع الأشعاعات الثقافية المنبعثة من مسامات الصورة، لا بوصفها ذاتاً محنطة أو تسجيلاً محايداً للحظة زمنية، بل بكونها حافظة لمعان مضغوطة، تثبت لحظة بلوغها نقطة المشاهدة، أي أنها تصبح خاماً حين تفقد وظيفتها، باعتبارها مادة للإبصار، فهي عمياء لا ترى لأن غرضها أن تمنح رؤية، وهي تجهل ذاتها ما لم تلق من يكتشفها ليحيلها إلى مصدر معرّف، وهنا تفقد الصورة عذريتها وتزول حياديتها، لأنها تكون خاضعة تحت تأثير المعاني المتعددة المستخرجة منها، وفق النزوعات الأيديولوجية لقراء الصورة، الذين يعملون آلات التأويل والفهم واللغة لصوغ مضاعيلها الداخلية، والتي تعبّر عن نفسها في علاقة حوارية تكون أحياناً ذات طبيعة صامتة وأحياناً فاعلة، تترجمها مواقف ومشاعر وربما الفاظ

<sup>140</sup> ايريك هوبزباوم، عصر التهايلات القصوى، الجزء الثالث - الانهيار، مصدر سابق ص 140

تنبّه العالم، مؤخراً، بفعل الإرتدادات الانقلابية للصورة، الى أن الأخيرة كسرت مفهوم الحيادية، بعد أن كانت تمثل التجلي الأمثل للحقيقة، فقد بات بإمكان الصورة أن تبطن أيديولوجية صانعها. فحسنية الصور، أنها لاتقول كل الحكاية، على حد عبارة جان بودريار.

وبإمكان الصورة أن تكون غير محايدة بالاحتجاب كلياً أو جزئياً في بعدها الإعلامي المباشر، بدا واضحاً للمراقبين للتقارير التلفزيونية الأميركية والبريطانية حول المعارك بين إسرائيل وحزب الله في جنوب لبنان منذ نهاية يوليو 1993، أن هناك إنحيازية واضحة للموقف الاسرائيلي، فلم تأت التقارير المصورة تلك على ذكر موضوع الاحتلال الاسرائيلي لأراضي لبنانية ولا الغارات الجوية الوحشية على الأحياء المدنية وعمليات التهجير الجماعية، والسبب في ذلك أن المالكين متعاطفون مع اسرائيل وفي مثال شبكة سكاي البريطانية، الذي يمتلك روبرت مردوخ 50 من أسهمها، ليس باستطاعة أحد أن يقدم رأياً خارج قناعة الملاك وحسب توم بايستو، فإن بإمكان المحررين الحصول على أكبر قدر من الحرية التي يمنحها لهم الملاك، وأن المحررين الذين يبقون على غير انسجام مع نظرة الملاك للواقع الدولي لا يعمرون طويلاً في مواقعهم<sup>(1)</sup>.

بالتأكيد، فإن سقوط حيادية الصورة، أحالها الى منطقة فراغ تبيع تضارب الرؤية والتحليل، وبذلك تفقد جوهرها ووظيفتها باعتبارها توثيقاً بصرياً للحظة زمنية بشخصها وأشخاصها، فهي تفقدنا قيمة الشهادة التي تعكسها الصورة، وتجيز للكلمات إستباحة سيادتها الكاملة عبر إقحامها في آتون الخداع، بعد أن كنا نعتقد بأن الصورة ستكون مصدر الخلاص من شقاء الكتابة الخادعة فقد تخلق صورتان من زاويتين مختلفتين لمشهد واحد إنطباعين

Tom Baistow (1985), FOURTH RATE ESTATE, Comedia Publishing Group, <sup>(1)</sup> pp.1-3



متباينين وربما متناقضين ومن وحي تجربة شخصية، وجدت نفسي أمام خدعة بصرية مثيرة للدهشة، فبعد أن كنت شاهداً على مجاميع من المؤيدين لتيار سياسي في لبنان وهم يدلّفون نحو ساحة الشهداء وسط العاصمة بيروت، وإذا بي أشاهد على شاشة التلفزيون صورة أمامية لمظاهرة حاشدة في بيروت توحى وكأن عدد المشاركين قد ناهز المليون، فيما كشفت صور أخرى من زوايا علوية أن الحشد ضئيل الشأن بالقياس إلى (الواقع المصور)

ما يشي به هذا الموقف المخادع، أن الصورة تمارس فن صنع واقع آخر غير الواقع الفعلي، وذلك يشل ملكة الرؤية للعين في الكشف عن الحقيقة، فالصورة تصنع حقيقة مضادة أحياناً، بما يحيل إلى خطر آخر يمكن تفسيره على هذا النحو أن اجتياح الصورة عمّل غريزية البحث عنها، فحضورها الكثيف والاحتوائي أسبغ عليها مشروعية واقعية، إذ لم يعد هناك رغبة التحرر منها، فقد تدجّنت الحاسة البصرية بفعل تمكيت الصورة، في سياق عملية تغليب للوعي عبر حزمة إملاءات غير مباشرة تفرضها الأجواء النفسية للصورة، فهي تصنع مناخاً قهرياً لتصنع القرارات وتشكيل العواطف، وصوغ الأفكار، وتحقق ذلك تحت وطأة إيمانها، دون إحساس منا بالعدوان أو الإنتهاك لحقنا في الاعتقاد الحر فالإنبهار الفاضل للصورة يخدعنا فنقابله بالسماح بتسلله إلى المخبوء في لاوعينا لجهة إحداث تعديل في منظوماتنا الفكرية، ليخرج وعينا على هيئة الصورة الافتراضية بل والوهمية للواقع

نستحضر هنا مثلاً موارياً في السابع عشر من أكتوبر 2006، بت أحد المواقع على شبكة الإنترنت صورة مغبركة منسوبة إلى شركة ليجو (LEGO) المتخصصة في ألعاب الأطفال في أرجاء عديدة من العالم عبر البريد الإلكتروني هذه الصورة التي نجح برنامج الفوتوشوب في تخليقها عبر استعمال مكونات الشركة المذكورة، تصوّر النبي محمد (ﷺ) في وضع ذي طبيعة جنسية، مشتملاً

على نص هجومي، الأمر الذي اضطر الشركة لإصدار بيان عاجل تكذب فيه الإعلان، وتستنكر الطريقة التي اتبعتها الجهة مجهولة الهوية باستعمال منتجات ليجو واسمها وقامت الشركة بالتعاون مع الشرطة الدنماركية بالتحقيق في هذا الأمر. ترويح مثل هذه الصورة في سياق المشاعر الدينية المتفجرة لدى المسلمين عقب انتشار رسوم الكاريكاتير في الصحف الدنماركية حول نبي الإسلام المصطفى (ﷺ) يجعل من تمرير مثل هذه الصورة المضربكة أمراً ممكناً، إذ سيكون عبورها إلى الذاكرة الصورية الجماعية التي تشكلت في أتون أزمة الكاريكاتير الدنماركي مشروعاً سهلاً، ولا يحتاج انتشارها أكثر من شخص واحد يقوم بتمريرها عبر قوائم العناوين الالكترونية (الايمل) إلى مجموعة من المصابين بعدوى الجمهور، لتتكفل الهلوسة الجماعية بإضفاء طابع الصدقية والانتشار لكي يكون الزيف حقيقة دامغة.

وفي الربع الأول من العام 2004 تفجرت قصة الغتصاب في السعودية وزادها رواجاً وإثارة انبثاث لقطة مصورة على جهاز موبايل لعملية الإغتصاب على شبكة الإنترنت، عرفت باسم (عملية الباندا) نسبة إلى نوع جهاز الموبايل، وقد أحصى أستاذ في العلوم الاجتماعية بجامعة الملك سعود بالرياض دخول 500 ألف شخص على الموقع الذي حوى اللقطة المصورة خلال نصف ساعة بغرض المشاهدة.

المشاركون في المواقع الحوارية يفضلون أن يرفقوا (صورة) إلى مشاركاتهم الحوارية كعنصر إثارة وجذب للقراء ما يثير الإشمزاز أحياناً لجوء الفرقاء السياسيين إلى التلفزيون من أجل العبث بوعي الجمهور، بحيث أصبحت الصورة سلاحاً بيد أولئك الذين يراهنون على إبطال مفعول المناعة الأخلاقية والنفسية والفكرية لدى الجمهور عبر تزويدهم بصور ذات طبيعة تحريضية.



يحلل غوستاف لوبون الخصائص العامة للجماهير، في سياق العدوى التي تنتشر فيها، يقول مانعصه فالحدث الأكثر بساطة يتحول إلى حدث آخر مشوّه بمجرد أن يراه الجمهور فالجمهور يفكر عن طريق الصور، والصورة المتشكّلة في ذهنة تثير بدورها سلسلة من الصور الأخرى بدون أي علاقة منطقية مع الأولى ويمكننا أن نتصور بسهولة هذه الحالة عن طريق التفكير بالتتابع الغريب للأفكار التي يقودنا إليه تذكر حدث معين والعقل يبين لنا عدم تماسك مثل هذه الصور، ولكن الجمهور لا يرى ذلك فالواقع إنه يخلط بين التضخيم الذي يلحقه بالحدث وبين الحدث ذاته وبما أنه غير قادر على التمييز بين الذاتي والموضوعي فإنه يعتبر الصورة الماثلة في خياله بمثابة الواقعية والحقيقية، هذا على الرغم من أنها ذات علاقة بعيدة جداً مع الواقعة المرئية<sup>111</sup>.

ولنا تخيل كيف ستكون عليه ردود الفعل حين يستعين الصوت بالصورة كي ينسي المستمعين تشوّهاته، بل والكلمات الهابطة التي تخرج منه فقد لجأ كثير من المغنين إلى ما يعرف بـ (فيديو كليب) ليضع الصورة بشكلها الافتراضي معنّياً شرعياً للصوت، ويجعل منها تظهيراً جمالياً لرمزية الكلمة الخاوية<sup>112</sup> في حقيقة الأمر، أن الصورة باتت تستعمل كدواء نستتر به قبح الكلمة والمعنى، حيث تنحل الصورة صفة الصانع الحقيقي للمخيل الفني والمعري للكلمة التي انحسر ظلها، ليس بسبب موت صانعها، ولكن بسبب احتشاد منتحليها وخاطفيها ما أدى إلى انخفاض منسوب الوعي بها

ما سلف يدعو للزعم بأن الاحتراف البشري في مجال الصورة مرّق غشاء البراءة عنها، فلم يعد فعل الخيانة مقتصرأ على اللغة (المكتوبة والملفوظة)، بل

<sup>111</sup> غوستاف لوبون، ميكولوجية الجماهير، ترجمة وتقديم هاتم صالح، دار الساقي، لندن، 1991، ص 67

<sup>112</sup> شريف حمود، الفيديو كليب... ديكثورية الصورة تعزل النغم، بتاريخ 2003/2/4، أنظر

<http://www.islamonline.net/arabic/arts/2003/02/article02.shtml>

تعمد إلى جسد الصورة، الذي أريد منه الخضوع لقوانين لعبة التحايل والخداع البصري، ولك تخيل كيف يخون البصر البصر، بما يفقد الأخير حق المشاهدة الحرة، فلا يعود المرئي مرئياً مجرداً، وإنما يصبح شكلاً موارباً للمرئي، لأن الغرض منه يتجاوز حدود اللقطة بمكوناتها، لجهة الاستدراج نحو التفكير في المراد رؤيته والذي يعول عليه في تشكيل خطاب مبني من عناصر الصورة المفروضة، وهنا يبدأ فعل الخيانة للحقيقة، بدءاً من تهديم بنية الصورة ذاتها، إلى صوغها في كلمات تشبه ترجمة من لغة إلى أخرى، فتمارس فعل خيانة أخرى، عبر تفويض قارئ ما، يفقد بالضرورة صفة الأمانة على الحقيقة المصورة، بتقديم قراءة مبتورة مجتزأة، مضللة، لا تنتمي إلى المجال السيادي للصورة، ليجعل من قرأته نصاً رسمياً لها، كما يفعل مراسلو الفضائيات وهم ينقلون تقاريرهم المصورة

إن أولئك الذين قرروا اغتصاب الوعي، قد جمعوا أمرهم سلفاً على تظهير الخداع اللغوي على هيئة صورة ملتبسة، كيما تسهل غرز الرواية الملوغمة في المخيال الجمعي، عبر تقديم تفسيرات بطبيعة غوائية مستندة إلى شريط صوري انتقائي، يحيل من المعتدي مظلوماً، والضحية إرهابياً، هكذا هي حال قنوات فضائية أوروبية وأميركية وهي تنقل صور النضال الفلسطيني ضد العدوان الإسرائيلي، وصور المقاومة العراقية ضد الاحتلال الأميركي، وصور الجهاد الأفغاني ضد الاحتلال الناتوي وبيدكرنا هذا المحفل الغوائي بحرب تموز/يوليو 2006، حيث كانت الصورة الثابتة والمتحركة الناقل الرسمي لمجريات الحرب والفاعل الأساسي في إدارة دفة الوعي والعاطفة، وقد لحظنا كيف أراد الإسرائيلي طمس معالم الجريمة بحق المدنيين في لبنان عن طريق حجب الصورة ولو بالقوة، كما جرى في معتقل الخيام الذي قامت الطائرات الإسرائيلية بتدميره بصورة كاملة، فيما أوحى للعالم الغربي بأنها تقوم بحرب النياحة عن حضارتها ضد التطرف والتخلف، ولا ترعوي عن تزويد الفضائيات



الغربية بصور عن صواريخ حزب الله وهي تتساقط بالقرب من منشآت مدنية ليحمل مندوب إسرائيل في الأمم المتحدة حزب الله مسؤولية المجازر المتنقلة، فيما ينقل مراسلون غربيون في لبنان ومن الضاحية الجنوبية للعاصمة بيروت صورة العداء للغرب وللولايات المتحدة كما تعكسها شعارات كتبت أو علقت على بعض الأبنية المدمرة بالصواريخ الإسرائيلية، الأميركية الصنع، (صنع في الولايات المتحدة) هنا يكون الشعار تصديقاً للصورة المفخخة بالرواية المعدة سلفاً، لتكون شاهداً حياً مصوراً بعد حكايتها

يلفتنا ذلك الى ما أورده تقرير التنمية الانسانية العربية للعام 2003 حين أكد على أن الثقافة العربية تواجه تحديات واضحة من جانب ركنين من أركان الثقافة العالمية الراهنة، هما سطوة وسائل الاتصال الجماهيري، وهيمنة القدرة الاقتصادية<sup>11</sup> وهذا يلوح الى هاجس التجانس الثقافي مع صانع الصورة الأقوى، الذي يخلق عالماً موحداً يحمل السمات الثقافية لصورة الغرب

### الجمهور المتلفز وتفسير الوصي

مع انطلاق الثورة الاتصالية في الستينيات من القرن الماضي، تصدر التلفزيون الوسائل الإعلامية الأخرى من حيث حجم انتشاره وتأثيره الشديد على الشعب الأميركي حتى أطلق عليه (شعب الشاشة)، فيما أسبغت على التلفزيون نعوت عدة منها (الصندوق الأحمق . Idiot Box) أو المربية الالكترونية (Electronic Babysitter)<sup>12</sup> فقد نقل التلفزيون الصورة المتحركة وجعلها بحسب ايريك هوبزباوم، من خصائص الحياة العائلية<sup>13</sup>.

<sup>11</sup> <http://www.un.org/arabic/esa/rbas/ahdr2003/contents.htm>

<sup>12</sup> تيفيد. إين برونر، وراء الصفحة الأولى.. نظرة سريعة على صناعة الخير، مركز الكتب الأردني - 1990 ص 14

<sup>13</sup> ايريك هوبزباوم، عصر التباهات القصوى.. وجيز القرن العشرين 1914 - 1991، الجزء الثالث، مصدر سابق ص 127

وهذا ما صدّقته انتخابات عام 1968 حيث لعبت الصورة التلفزيونية

الدور الأكبر في إبراز شخصية المرشح المفضل للرئاسة الأميركية، ما جعل

التلفزيون هو الناخب الفعلي في الانتخابات الرئاسية الأميركية، وبحسب

فرائك شكسبير، المدير التنفيذي لشبكة سي بي إس الأميركية، والمستشار

التلفزيوني للرئيس الأسبق نيكسون (لولا التلفزيون لما كانت هناك فرصة لفوز

نيكسون).<sup>(3)</sup> وفي انتخابات الرئاسة الأميركية التي جرت في نوفمبر 1992 بين

المرشحين الثلاثة للرئاسة وهم جورج بوش، الرئيس آنذاك، وبيل كلينتون

حاكم ولاية أركانسو، والملياردير روس بيرو، شكى الجمهوريون بأن وسائل

الإعلام الأميركية ساهمت إلى حد كبير في فوز كلينتون بالرئاسة، فيما

حجبت الأضواء عن مرشحهم بوش بل وصوّرته كرتيس فاشل وانتهازي

ولذلك، كلما كان حضور التلفزيون في الحملات الانتخابية كثيفاً

كلما كانت الحملات تلعب مهيمته على الوعي الوطني، بما يجعل التلفزيون

المحرك الخفي لاتجاهات الناخبين فالصور المتلفزة تترك سحرها على المشاهدين

وتلعب دوراً في تشكيل الوعي، فالتلفزيون (ورث ما هو إيجابي في الصحافة أي

النص وقدرته الإتصالية، وجمع إليه مزايا الإذاعة، أي حيوية الصوت البشري

ودراميته، واستعار من السينما الصورة والحركة، كما استفاد من الخبرة

المسرحية في قوة الحضور وحيوية الحوار ليهضم تلك المعطيات المتنوعة ويمتلك

لغة تعبيرية خاصة به)<sup>(4)</sup>.

لقد أصبحت الصورة وسيلة لا جتياح الوعي بصورة مباغتة، والتلفزيون

الذي يمثل (غرفة عمليات مشتركة) يجمع بين الصورة والكلمة والصوت علاوة

<sup>(3)</sup> See: The Time, December 20, 1968

<sup>(4)</sup> د. ونيع العززي، الفنون الفصائية في عصر العولمة، وزارة الثقافة والسياحة (2004)، صنعاء، المقدمة - ص 3



على ذلك، فهو الوسيلة الوحيدة التي تأتي إليك، ولم يخفف الإنترنت من سطوة الحضور اليومي للتلفزيون، الذي بات رقيقاً دائماً فيما العلاقة مع باقي الوسائل الأخرى مؤقتة ومحدودة، ولذلك فإن التلفزيون، كوعاء لصورة متحركة، يعدّ سلاح حرب الإتصال الفاعل، والمشاهدون أسرى في معسكره

### أمثلة عديدة يمكن رصدتها في هذا الصدد

فقد ترك التلفزيون أثراً بالغاً خلال حرب فيتنام، حين نشطت جماعات الضغط لوضع حد للتورط الأميركي في فيتنام العام 1973، باعتباره غير مستند على دعم شعبي، ودخل التلفزيون من خلال البث المنتظم لأهوال حرب فيتنام في تحويل الرأي العام الأميركي ضد الحرب<sup>(2)</sup>.

وفي غزو جزيرة غرينادا سنة 1983، ألقى الرئيس الأميركي رونالد ريغان خطاباً تلفزيونياً للشعب الأميركي حول غزو الجزيرة، استملك بواسطته وعي المشاهدين ولعب بعواطفهم، وقال (إن جرينادا هذه الجزيرة البديعة التي كانت فردوس السياح قد تحولت إلى قاعدة السوفييت والكوبيين) وبهذا الخطاب التلفزيوني، قلب ريغان الرأي العام الأميركي ونجح في تضليله واكتساب تأييده، حيث أظهرت استطلاعات الرأي أن نسبة 65 بالمئة من الشعب الأميركي كانت مع قرار غزو الجزيرة.

أجري عدد من التحاليل على أثر الصوت القادم من التلفزيون خلال الحملة الانتخابية سنة 1972، فأظهرت النتائج أن ما علق بذائرة المشاهدين من الأنباء المصورة كانت الصور لا التعليقات، وكانت نسبة الأخيرة لا تزيد عن 20 بالمئة ويقول الصحافي الأميركي ديفيد بروذر (هناك عدد من دارسي الاعلام والاتصال، مثل لورنس ليشتي، من جامعة ميرلاند، ممن يجادلون بأن تأثير

<sup>(2)</sup> تيفين إس بروذر، وراء الصفحة الأولى... نظرة صريحة على صناعة الخبر، مصدر سابق، ص 190

التلفزيون مبالغ فيه، وهم يقولون بأن ثلثي الأميركيين البالغون يقرأون الصحيفة كل يوم، ولكن الذين لا يشاهدون أخبار التلفزيون يومياً لا تزيد نسبتهم على الثلث. ولكنني كشخص يظهر اسمه في صحيفة كبيرة كل يوم تقريباً، ويظهر في التلفزيون أحياناً، فإنني أعرف ما الذي يتذكره الناس، ويؤمني أن اعترف بأن أوستن رايني مؤلف كتاب (قنوات السلطة) كان محقاً عندما أورد في كتابه بأن (نشرات الأخبار التلفزيونية والبرامج العامة في التلفزيون تشكل ولا ريب المصادر الرئيسية للحقيقة السياسية بالنسبة لغالبية الأميركيين)<sup>11</sup>.

إنطلاقاً من العام 1980 أصبحت سي إن إن أول محطة إخبارية في

العالم تبت على مدار أربع وعشرين ساعة تتربع على عرش صناعة الصورة

وقد وصفت بأنها (صناعة قرية مارشال ماسكلوهان العالمية)، وكانت

اللاعب الفاعل في حرب الخليج الثانية، حتى قيل عنها بأنها (بطلة حرب الخليج

بلا منازع) بعد أن سيطرت صورتها على الرأي العام وبدأت تهيمن على وعي

العالم وفي العام 1986 بدأت شبكة سي إن إن الدولية بال بث من أوروبا، وكانت

تلتقط في 140 بلداً و 70 منطقة في العالم، وأصبحت في العام 1990 تستقبل

في ألف فندق في أنحاء العالم، إضافة إلى مئات المكاتب الحكومية وخاصة وزارات

الاعلام ورئاسات مجلس الوزراء في دول العالم الثالث، كما أضافت بعض

شركات الخطوط القناة إلى خدماتها للمسافرين

في منال سي إن إن نجد أن الاعلام الأميركي يستبدل الأيديولوجيا

الحاضرة بكثافة في الاعلام السوفييتي السابق بالتكنولوجيا، التي تحولت بذاتها

إلى أيديولوجية بديلة، تترك آثارها في الرأي العام بصورة مؤثرة وفاعلة، ولذلك

أصبح الاعلام الأميركي مبشراً في أكبر إرسالية تطوف العالم باسم الرأسمالية

الغربية من وجهة نظر ميشيل ديغر نائب رئيس موظفي البيت الأبيض في ولاية

<sup>11</sup> Ronald Berman (1987), How Television Sets Its Audience, Sage, p.55



رونالد ريغان الأولى ( 1980 . 1984 ) التي ذكرها للصحافة روبرت شير من صحيفة لوس أنجلوس تايمز سنة 1984 إن كل عملنا أصبح يتأثر الآن بشبكات التلفزيون

حيث أن مائة مليون شخص في هذه البلاد يحصلون على أخبارهم منها ولهذا فإن الأخبار المصورة مهمة جداً . إن هذه الأخبار لها نفس الأهمية التي لأقوالنا وبحسب إحصائيات صادرة سنة 1992 قدرت الجمهور اليومي للتلفزيون الأميركي بما يربو عن مليار شخص بعد افتتاحها محطات تقوية في عدد من بلدان العالم بما في ذلك الشرق الأوسط

إدغار موران وصف ثقافة التلفزيون بثقافة الجمهرة بفعل غسيل الدماغ الجمعي الذي تقوم به مسلسلات وبرامج التلفزيون الفضائي الأميركي، لصنع ثقافة الخضوع التي تتطلب على قيم المالك الأصلي للصورة يقول جيانى فاتيمو (من السهل علينا بيان أن تاريخ فن التصوير، أو أفضل من ذلك، الفنون البصرية، كما تاريخ الشعر في العقود الأخيرة لا معنى لها إلا بربطها بعالم صور وسائل الإعلام الجماهيرية أو بلغتها، المقصود، مرة أخرى، علاقات يمكن أن تكون بشكل عام مصنفة تحت المقولة التهيدجيرية الإبلال علاقات تهكمية . أيقونية تضاعف وتلغي أساس صور الثقافة الجمهرة وكلماتها وليس وحسب بمعنى نفي لهذه الثقافة)<sup>11</sup>.

لقد أحبط البث التلفزيوني الفضائي مبررات الإستمرار في الجدل العقيم حول تأثيرات التلفزيون على وعي الجمهور وسلوكه، فقد تكشف منذ التسعينيات أن التلفزيون يرسم 70 بالمئة من صورة العالم في ذهن المشاهد، وفي ظل ثورة الاتصالات المتفاعلة يتوقع ارتفاع النسبة إلى 90 بالمئة وسعت الولايات المتحدة إلى فرض هيمنتها على أسواق التلفزيون، لترسيخ نمط حياة شبابها عبر

<sup>11</sup> جيانى فاتيمو، نهاية الحالة، مصدر سابق ص 67

الإسطوانات والأشرطة ولاحقاً عبر التوزيع العالمي للصور الى جانب وسائل أخرى<sup>(1)</sup>، وهذا يلوح الى فناء السیادات الثقافية لدول، فلم تعد للأخيرة قدرة على ضبط حركة تدفق المعلومات والصور الى داخل حدودها، فكل شيء بات قريباً وسهل التناول والتداول فقد استطاع التلفزيون، مثلاً، جعل ما هو بعيد في الزمان والمكان قريباً ومتزامناً، بحسب جان كازينوف<sup>(2)</sup>.

يوجد في الولايات المتحدة اليوم أكثر من 170 شركة تلفزيونية تبیع أفلاماً للعرض لأكثر من 130 بلداً تقدر بـ (250) ألف ساعة وأن شركة واحدة مثل (وكالة فيزيوز) للأبناء المصورة البالغ عدد أعضائها حوالي 200 محطة تلفزيونية من 120 بلداً تملك شبكة واسعة من المراسلين وتوزع ما مقداره 30 فيلماً أخبارياً في اليوم الواحد، وبعد بيعها الى وكالة رويترز في العام 1992 حيث أصبح اسمها منذ العام 1993 رويترز تيليفيجن، تضاعف عدد القنوات المشتركة في خدمات الوكالة خمس مرات

في السياق نفسه، يمكن إضافة أن وزارة الدفاع الأميركية تمتلك 24 مليون من أصل 30 مليون ميل من نظام الاتصالات الأميركية، ولل قوات البحرية وحدها علاقة منتظمة مع 600 محطة تلفزيونية و 5000 محطة إذاعية في شتى أرجاء العالم وعشرات المحطات التلفزيونية في أميركا وتصدر ما يقرب من 1000 جريدة و 400 مجلة و 12 مليون نشرة مختلفة في أنحاء العالم<sup>(3)</sup>.

وتدرك وزارة الدفاع الأميركية تأثير الصورة في صنع اتجاهات معارضة لسياستها في العالم ففي عملية ما سمي بـ (إعادة الأمل) في الصومال في ديسمبر

<sup>(1)</sup> إريك هوبزباوم، عصر النهايات القصوى وحيز القرن العشرين (1914- 1991)، ترجمة هشام النجدي، دمشق، 1997، الجزء الثاني - العصر الذهبي، ص 127- 128.

<sup>(2)</sup> آلان تورين، نقد الحداثة. الحداثة المظفرة، مصدر سابق ص 233.

<sup>(3)</sup> هر شيلز، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة الكويت، 1986، ص 65 وانظر أيضاً:

J. William Fulbright (1970), The Pentagon Propaganda Machine, New York, p.46ff



1992، منع البنتاغون الصحفيين كفاية من الوصول إلى مسرح العمليات دون تنسيق مع مكتب الإعلام في البنتاغون

وقد عبّرت وزارة الدفاع الأميركية عن احتجاجها في الثامن من ديسمبر 1992 على تغطية وسائل الإعلام مباشرة لوصول طلائع رجال البحرية الأميركية إلى الصومال مؤكدة أن استخدام الأضواء الكاشفة للتلفزيون كان يمكن أن يعرض حياة الجنود للخطر دون طائل وقال المتحدث باسم البنتاغون بيت وليمز أن الرجال مدربون على العمل ليلاً، ومزودون بأجهزة للرؤية الليلية

وقد فوجئوا كي لا نقول أكثر بأضواء فلاشات آلات التصوير وبالإضاءة) وفي تعليق للكولونيل ديف بوربي المسؤول في مكتب إعلام البنتاغون أن عدداً كبيراً من المشاهدين وبينهم أفراد من عائلات الجنود إتصلوا بمكتبه بعد أن شاهدوا صور الإنزال مباشرة ليعبروا عن سخطهم وغضبهم، وأضاف (لقد اعتبروا التغطية الصحافية، خطراً محتملاً على أقرانهم).

## ثقافة الصورة والبعد الاجتماعي/الاخلاقي

يمكن تحديد التأثيرات المفترضة لثقافة الصورة على السلوك البشري

استناداً الى خلاصة ما توصلت اليه دراسات أكاديمية حول الاتصال الجماهيري

### 1. الموائمة Socialization حيث يسهم الاعلام المرئي في احتواء الفرد داخل

إطار اجتماعي محدد، ويفرض عليه بمرور الوقت الاستجابة لمتطلباته

### 2. السيطرة الاجتماعية Social Control ويلعب الإعلام بطريقة ما في إعادة

إنتاج للنظام الاجتماعي القائم، عن طريق إثارة احتجاجات مستمرة تجاه النظر

للأشياء كما هي، وينسحب ذلك على السلوك القانوني، والنظرة السياسية

### 3. إعداد الأجندة Agenda Setting وهو هدف غير مباشر، مبني على فكرة أن

الإعلام عموماً والمرئي منه خصوصاً يحدد النظرات حيال الحوادث والموضوعات

التي تستحق الإهتمام

### 4. المخاوف الأخلاقية Moral Panics: وهي تأثيرات نابغة من ككون الإعلام

ممثلاً لجماعة فرعية أو ثقافة فرعية بوصفها خطيرة أو شاذة

### 5. التبدل السلوكي Changing Attitude ويحدث هذا التبدل كنتيجة مباشرة

للتعبئة الفاضحة والاهتياائية Traumatic Exposure أو كنتيجة للتناوب

الناجح Successful Alteration بطريقة تدفع الناس للتفكير في موضوعات

محددة لتهيئتهم للتصرف بحسب أفكارهم ونظراتهم الجديدة

في منتصف فبراير 1993 تعرض المجتمع البريطاني لصدمة عنيفة

على وقع جريمة أقدم عليها طفلان في سن العاشرة بقتل الطفل جيمس بولجر في

إحدى ضواحي ليفربول وألقيا بجثته قرب سكة القطار وقد لعبت الصورة في

تحريك المشاعر الوطنية، ما دفع برئيس الوزراء السابق جون ميجور إلى توجيه

انتقادات شديدة اللهجة الى منتجات هوليوود، وقال بأن للتلفزيون تأثيراً خطيراً

على ارتفاع معدل الجريمة، حيث أظهرت إحصائية في بداية التسعينيات أن



الطفل البريطاني يشاهد 18 ألف جريمة قتل سنوياً على شاشة التلفزيون ولم تفلح النقاشات في دوائر عليا للحكومة من وقف تدفق صور العنف، فامتثلوا لقانون المنتجين في هوليوود الضال إننا نلبي رغبة الجمهور

وكان تقرير صادر سنة 1984 ذكر (أن التعرض المستمر للعنف المتلفز واحد من الأسباب والدوافع للتصرفات العنيفة، كالجريمة، والتشابكات بين أفراد المجتمع) وذكرت صحيفة التايمز اللندنية (أن الطفل الملزم للتلفزيون يشاهد على الشاشة قبل بلوغ سن الرابعة عشر ما لا يقل عن اغتيال 18 ألف شخص) وفي عام 1991 نشر ستانلي روثمن وروبرت وليندا نتائج مشروع رصد لستمالة برنامج تلفزيوني عرف بإسم (مراقبة أميركا) جاء فيه أن (السهرة التلفزيونية الواحدة تحتوي على نحو 12 جريمة قتل و 15 عملية سطو و 20 عملية اغتصاب وقرصنة، بالإضافة الى عدد آخر كبير من جرائم العنف المختلفة) وفي دراسة أعدتها مؤسسة عائلة قيصر العام 2003 وجدت بأن 47 بالمئة من العوائل بأطفال بين 4 . 6 سنوات أفادو بأن أبناءهم قلّدوا السلوكيات العدوانية على التلفزيون، بالرغم من أن 87 بالمئة من الاطفال قد يقلّدون سلوكيات إيجابية أيضاً، بحسب ما يشاهدوه على الشاشة<sup>(1)</sup>.

وذكر البروفسور جيفري جونسون من جامعة كولومبيا في العام 2002 بأن واحداً من ثلاثة أطفال يشاهدون التلفزيون من ساعة الى ثلاث ساعات يومياً حين تصل أعمارهم ما بين 14 . 16 عاماً، قد يكون 60 بالمئة منهم مرشحاً للتورط في شجارات وتصرفات عدائية أكثر من نظرائهم الذين يشاهدون التلفزيون بنسبة أقل

Research on the Effects of Media Violence; see: [http://www.media-awareness.ca/english/issues/violence/effects\\_media\\_violence.cfm](http://www.media-awareness.ca/english/issues/violence/effects_media_violence.cfm)

تقارير أميركية ذكرت بأن مع بلوغ سن 18، فإن الطفل الأميركي يكون قد شاهد نحو 200 ألف عمل عنفي في التلفزيون وحده ومع تخرج الطفل الأميركي من المرحلة الابتدائية يكون قد شاهد أكثر من 8 آلاف جريمة وأكثر من 100 ألف عملاً منافياً للقيم<sup>(1)</sup>.

وعلى امتداد عشرين عاماً، راقب خلالها الخبيران رويل هوسمن وليونارد ايرون من جامعة إلينوي الأميركية، سلوك 400 طفل، وكانت النتيجة أن العينة التي كانت تداوم على مشاهدة برامج التلفزيون بكثافة وهي في سن مبكرة، كانت أكثر قابلية لارتكاب جرائم مختلفة ويشمل ذلك الجنس معاً هناك 3 إلى 5 أعمال عنف ثبت على التلفزيون في الساعة في الاوقات الرئيسية وأن عنف الإعلام يؤثر على الأطفال من خلال زيادة النزعة العدائية والسلوك الاجتماعي السلبي وتزداد المخاوف من أن يصبح هؤلاء ضحايا، فيما يصبح الإعلام أقل حساسية تجاه العنف وضحايا العنف، وتزيد من شهيتهم لمزيد من العنف في مجال التسلية والحياة الحقيقية<sup>(2)</sup>.

يحاول صانعو الصورة المتحركة نفي الاتهامات القائلة بأن منتجاتهم تشجع على العنف، فيما يقدم آخرون أدلة مستفيضة على أن من يتأثر بالاعلانات التجارية ويقوم بشراء بعض المواد الاستهلاكية التي جرى الترويج لها عبر الشاشة، لا بد أن يتأثر أيضاً بصور العنف التي تنتجها صناعة الصورة.

Brad J. Bushman and Craig A. Anderson, Media Violence and The American Public, American Psychologist, June/July 2001, p.478  
See: "Media Violence," AAP Committee on Communications, in Pediatrics, Vol. 95, No. 6, June 1995.

"Suggestions for Parents: Children Can Unlearn Violence," in the Center for Media and Values (now the Center for Media Literacy) Media and Values, No. 62, 1993,

"Media and Violence: Part One: Making the Connections



وقد لخص أحد الأطباء النفسانيين في الولايات المتحدة تأثير التلفزيون على الجمهور، بما نصه (إذا كان السجن هو كلية لدراسة الإجرام، فإن التلفزيون هو المدرسة الإعدادية للانحراف) وجاء هذا التصريح في ظل شعور كثير من العوائل بأن التلفزيون يلعب دوراً تخريبياً للقيم التقليدية كالأزواج والأمومة والعائلة ففي استطلاع عبر الولايات المتحدة عام 1990، أظهر أن 72 بالمئة من مشاهدي التلفزيون يحبذون استصدار قانون لمنع السخرية والهزء من المعتقدات الدينية و46 بالمئة لمنع تحقير القيم التقليدية كالأزواج والأمومة وفي عام 1991، أفاد استطلاع أجرته مؤسسة غالوب بأن 58 بالمئة من مشاهدي التلفزيون يشعرون بالإهانة بسبب نوعية البرامج في ساعات العرض الرئيسية، ولم يقل سوى 3 بالمئة أن التلفزيون ينقل أو يعكس قيماً مقبولة<sup>(1)</sup>.

تحوّلت الصورة المتحركة إلى قناة معرفية مهيمنة، ومصدر ثقافي يومي يفوق بمرات مصادر ثقافية أخرى ففي بريطانيا، مارست الصورة المتلفزة دور المدمرة لشعبية الكتاب وقيمة الكلمة المكتوبة، بحيث أصبح الناس يقرأون ويتكلمون أقل من عهد ما قبل انفجار الصورة لقد تحقق ما أثار مخاوف المهتمين بمسقبل المعرفة، ففي بداية التسعينيات لحظت كارل فرانسيس حالة المسافرين من مطار هيراكليون فرسكريت حين تأخّرت الرحلة إلى اليوم التالي حيث أمضت وقتها في القراءة مع رفيقتها، فيما كان باقي المسافرين يراقبون الطائرات أو يظهرون الملل، وكان الحل هو مشاهدة التلفزيون<sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> هيرت آر. شير، المتلاعبون بالعقول، مصدر سابق، ص 211  
<sup>(2)</sup> Daily Telegraph, 12 August 1993, by Graham Lord

## السينما وتوهيم الوصي

أضحت السينما أداة لإخضاع الفرد، وتفكيك الأسرة<sup>111</sup> ولعبت شركات السينما دوراً خطيراً في تخريب القيم والعبث بالمبادئ الأخلاقية فالسينما سواء رغبت أم كرهنا هي القوة التي تصوغ أكثر من أية قوة أخرى الآراء والأذواق والزي والسلوك بل المظهر المدني لجمهور يضم نحو نصف سكان الأرض نشير هنا إلى أن نسبة الفيلم الأميركي في قائمة الأفلام المعروضة في صالات السينما في العواصم والمدن الرئيسية في العالم تصل إلى 85 بالمئة بالقياس إلى الأفلام المحلية والأجنبية الأخرى

وبرغم انكشاف العالم بفعل هيمنة الصورة، إلا أن المجتمع لم يتحرر من صنع الوهم، على هيئة أغراض حية، بل أن المناخ الاتصالي الثري هو ذاته عنصر تحريض على التواطؤ مع الوهم الذي بات جزءاً جوهرياً من مكونات وعينا، وغداً ضرورياً لاستدامة الوعي، وهو ما تتكفل به مؤسسات كبرى ثقافية وسياسية واتصالية تحقق ضمانات الاستقرار عن طريق صنع الواقع الغائب. الوهم

وتوظف السينما في النظام الرأسمالي لتسدل قناعاً على تناقضاته من خلال ما تثيره في أذهان الشعب، الذين ينتمي غالبيتهم إلى ذوي الدخول المتدنية والمتوسطة، من قصص خيالية وأحلام تعوضهم عن قصور إمكانياتهم المادية

إننا أمام شكل من أشكال القرصنة الثقافية، التي تعيد تشكيل الوعي الفردي والجمعي تحت تأثير اجتياحات الصورة المنتجة بوحى ملاك الاتصال الذين يصونون مصالحهم عبر تحويل الجمهور إلى مدمني الصورة، بكل المواد المدسوسة فيها، ثم يسلمونهم إلى رجال السياسة كيما يحققونهم بمواقف تخدم أجندة معدة سلفاً فالسينما تكون للطبقة الحاكمة بمثابة الضمان للاستقرار

<sup>111</sup> آلان تورين، نقد العدالة المظفرة، مصدر سابق، ص 188



عن طريق ما تهيئه للحكومات من قوة في التأثير على جماهيرها، يخبر عن ذلك سلسلة طويلة من الأفلام السينمائية التي تقدم كمادة توجيهية في حروب الولايات المتحدة مع خصومها حول العالم

سئل الممثل تشيفي تشيس عن العلاقة بين هوليوود وواشنطن، فأخرج حفنة من الدولارات من جيبه. فهو ليوود التي تملك مصالح مالية هائلة تشكل (لوبي) صناعي مثل غيره من اللوبيات الصناعية، لكنها تتميز عنها بأنها تتحكم بالإعلام المرئي والمسموع الذي يعطيها نفوذاً إعلامياً لا مثيل له. وحين تقوم الشركات الهوليوودية الكبرى بتقديم تبرعات الحملات السياسية فإنها تنتظر من هؤلاء في المقابل أن يراعوا مصالحها حين يصدرن التشريعات والقوانين)

في عقد التسعينات جاء من يصف هوليوود بألة شر لتدمير القيم والتقاليد والثقافة في المجتمع الأميركي، فقد أثار كتاب (هوليوود ضد أميركا. الثقافة الشعبية والحرب على القيم التقليدية) لمؤلفه مايكل ميدفد زوبعة قاسية في أوساط عمالقة التجارة السينمائية في هوليوود وقد تعرض ميدفد الى سياسة هوليوود وشركات الإنتاج السينمائي العملاقة التي تقدم حسب المؤلف، صورة مشوهة وغير واقعية للمجتمع الأميركي. وحاول استباق أي تهمة توجه له جراء تصنيفه كتاب كهذا، وقال في بداية كتابه حين قال إنهم أي صنّاع السينما، يصنّفون من يجرا بالسؤال عن صدمة التسلية، التي تقدّمها هوليوود في أفلامها، بأنه ينتمي الى الجناح اليميني المتطرف أو أن يكون متديناً متعصباً<sup>(1)</sup>.

نمة قانون قديم في مجال الإنتاج السينمائي صدر سنة 1930 ينص على أنه (لن يتم إنتاج صورة، في حال كونها ستعمل على الهبوط بالمستويات

<sup>(1)</sup> Michael Medved (1992), Hollywood Vs America... Popular Culture and the War on Traditional Values, HarperCollins p.3

الأخلاقية لمن يراها)، ولكن هذا التقليد لم يعد سارياً، بل لم يعد مقبولاً في أوساط صنّاع الصورة، الذين قادوا سفينة الليبرالية

تأثير هوليوود على الوعي الفردي والجمعي يمكن قياسه في ضوء خلاصة تحليل قدمه ميدفيد بما نصه (إن الثقافة الشعبية في الولايات المتحدة ليست مثيرة لحياة المواطن الأميركي، وهو تصوير لطبيعة الإنتاج السينمائي الذي تقدّمه هوليوود)

ويصوّر المخرج السينمائي الأميركي آلان باكولا مخرج فيلم (كل رجال الرئيس) هذه التغذية المدسوسة من خلال ظاهرة سينما العنف بالقول (العنف في السينما يشبه أكل الملح كلما أكلت أكثر، كلما طلبت كمية زائدة لتشعر بالطعم، فالتناس أصبحت متسامحة حيال المؤثرات الخطرة خصوصاً أن عدد القتلى على الشاشة تضاعف أربع مرات وقوة الانفجارات باتت تصم الأذان مع ذلك ترى الجمهور وقد تأقلم وخضع واستسلم بعد ما تطوّر لديه ظمأ لا يروى إلا بالإثارة المجرّدة)

حدث تطوّر دراماتيكي في طبيعة صور العنف منذ عقد الخمسينيات وحتى الآن، ففي عام 1964 أصيب الجالسون في صالة عرض فيلم (السمو الكبير على القتال) بالذعر فيما هرب البعض منهم خارج الصالة، حين وجّه البطل مسدسه نحوهم، ولكن في أفلام الثمانينات باتت لقطات القتل والدم عنصر جذب ضروري، ففي فيلم (داي هارد 2) بلغ عدد القتلى 264 قتيلاً، وفي (رامبو 3) 106 قتيلاً

وفي تقرير ميداني للناقد السينمائي فينست سكانبي سنة 1990 لإحصاء كميات الدم المهرقة في السينما، حيث حمل حاسوباً إلكترونياً صغيراً وانطلق في جولة على صالات عرض الأفلام السينمائية، لإحصاء عدد القتلى



على الشاشات، وحين انتهى من جولته أجرى مقارنة بين أفلام أمس وأفلام اليوم وأوجه الشبه بينها، فلاحظ كانبي أن فيلم (ديك ترايسي) المفروض فيه أنه موجه للجمهور العام بحيث يشمل الأطفال، هو إعادة إنتاج لفيلم (الأمنية الكبيرة) الذي عرض العام 1975، ولكن يفوق فيه عدد القتلى أمثالهم في الفيلم الأصلي، وخلص إلى (أن أفلام اليوم أكثر دموية من أفلام أمس وعدد القتلى على الشاشة في ارتفاع يوازي ارتفاع مستوى التضخم الاقتصادي)، واستنكر الطريقة المثيرة التي تتبعها السينما الجديدة في تحويل القتل (إلى ملهاة مضحكة، والحياة إلى قيمة تافهة يلقي بها الأقوى في القمامة، ويمضي محشواً بالسخرية والنشوة، لأن غاية انجازاته أن تقتل أولئك الأشرار بأي صورة وكيفما كان وبالقدر الذي يريحك)

### صورة الاسلام وإعادة تنميط الوعي

الهيمنة الغربية على وسائل الإتصال المرئي أطلقت شرارة الحرب الباردة الثانية، حين عقد خبراء ومتخصصون من دول حلف شمال الأطلسي في فبراير العام 1992 مؤتمراً في مدينة ميونيخ الألمانية، لمناقشة السياسة الأمنية لحلف شمال الأطلسي، وكانت كلمات المشاركين تتجه في مسارها العام نحو وضع (الأصولية الاسلامية) خصماً بديلاً عن الشيوعية

وقد نبّه المفكر الفلسطيني الراحل إدوارد سعيد في كتابه (الثقافة والامبريالية) إلى أن إصرار الإعلام الغربي على الإشارة للمسلمين بالأصولية وما شابهها، يقصد منه تشويه صورتهم، لارتباط الأصولية بالإرهاب في العقل الغربي في بداية الحملة الاعلامية على الاسلام، نتذكر ما قامت به مجلة (نيويوركر) في منتصف عام 1993 حين رسمت على غلافها الخارجي صورة العربي المتوحش في هيئة طفل يقفز على بيوت لأطفال بنيت من الرمل على

ساحل البحر لتدميرها، أو صورة فيلم علاء الدين الذي أنتجته شركة والت ديزني وعرضته السينما الأميركية والاوروبية عام 1993 ويصور فيه العرب والمسلمين بالقساوة، والحفاة يعيشون خارج الحضارة

يذكر إدوارد سعيد بأن شركة إديسون المتحدة بنيويورك (شركة كون إيد) حين أرادت أن تقنع الأميركيين بضرورة توفير مصادر بديلة للطاقة، أذاعت إعلاناً تلفزيونياً مثيراً في صيف 1980، يتضمن لقطات متحركة قديمة لبعض الشخصيات المعروفة في منظمة البلدان المصدرة للنفط (أوبك). مثل الدكتور أحمد زكي يماني، والعقيد معمر القذافي، وبعض الشخصيات العربية التي تلبس الزي العربي، وإن تكن أقل شهرة. ويمزج بينها، بالتناوب، وبين بعض اللقطات الثابتة الأخرى، إلى جانب لقطات لشخصيات أخرى ارتبطت أسماؤها بالنفط والإسلام مثل الخميني، وعرفات، وحافظ الأسد ولم يشر الإعلان إلى أي من هذه الشخصيات بأسمائها، ولكن المذيع قال بصوت المنذر المحذر إن هؤلاء الرجال يتحكمون في مصادر النفط الأميركية ويعلق سعيد (وكان يكفي أن يظهر هؤلاء الرجال على النحو الذي ظهروا به في الصحف والتلفزيون حتى يعتري الأميركيين مزيج من مشاعر الغضب والاستياء والخوف)<sup>11</sup>.

وفي ندوة دولية حول الصورة العربية في وسائل الاعلام الغربية في الفترة ما بين 22، 24 سبتمبر 1993، بدا أن ثمة معادلة إستعمارية ثابته في تلك الصورة، فقد تحولت الكرنفالية الصورية في عاصفة الصحراء عام 1991 إلى مواجهة حضارية بين الغرب والشرق، وهكذا نظر إليها الغربيون، ومن تلك العاصفة تمخض النظام العالمي الجديد بقيادة الولايات المتحدة

<sup>11</sup> إدوارد سعيد، تغطية الإسلام، ترجمة: محمد غفاني، القاهرة 2005 من ص 68 - 69



وفجأة، وجد الإسلام نفسه قريباً للإرهاب، والتخلف، والإنقلاب والتوتارلية، وطبائع العصور الوسطى، وعلى وجه السرعة تم استبدال الخطر الأحمر بالخطر الأخضر، وشعار المنجل والمطرقة تعبيراً عن الكره والعداء والمواجهة بين الغرب الرأسمالي والشرق الشيوعي، ليحل مكانه الهلال والشرق الإسلامي<sup>(1)</sup>.

وقد رصد الدكتور جيمس زغبى رئيس المعهد العربي الاميركي في واشنطن عدة مقالات وكتاريكاتيرات حول حادث تفجير مركز التجارة الدولي في نيويورك في فبراير 1993، جمعها من مجلات مثل (نيو ريبلتك) وصحف مثل (واشنطن بوست) و(نيويورك بوست)، وتوصل من خلال قراءتها الى افكار مشتركة، من بينها أن الاتهامات الواردة في مثل هذه المقالات (لا تقتصر على معاملة المتهمين وكأنهم مذنبون أصلاً، بل إن هذا التجريم يمتد ليشمل الحركة التي ينتمون والدين الذين يعتنقون)

وربما كان الخبير الفرنسي في الشؤون الاسلامية جيل كيبيل أقدر على تفسير هذه الظاهرة بقوله (خلال مواجهة العالم الغربي للشيوعية، كان الهجوم يطاتل الحكومات ويتفادى الهجوم على الشعوب، أما فيما يرتبط بالإسلام، فإن الهجوم موجّه للدين الذي تؤمن به الجماهير)<sup>(2)</sup>.

فقد تحول العداء للإسلام جزءاً من ثقافة الصورة في الغرب في الوقت الراهن، حيث تتنكب الكراهية من الكلمة الى الصورة دون تغيير في حداثها، فصورة العربي والمسلم المقترنة بمفهوم (الأصولي) شحنت بأقصى طاقة عدائية، ولذلك نجد أن من يتكفل بنقل صورة الاسلام للأميركيين والاوروبيين بصورة عامة هي شبكات التلفزيون والرادو والصحف والمجلات والسينما، فيما تشكل الصورة

<sup>(1)</sup> محمود التدي، الشرق الأوسط بتاريخ 1993/8/5

<sup>(2)</sup> صحيفة لوموند بتاريخ 1993/2/16

التلفزيونية أكثر واقعية من الواقع نفسه حسب قول الفيلسوف الفرنسي جان بودريار

بكلمات أخرى، كان الرأي العام الغربي بحاجة إلى صورة تكسو الفكرة النمطية عن الإسلام، كما غرستها وسائل الاتصال الجماهيرية في الغرب، فالصورة تتيح رؤية الإسلام واقعاً مجسداً، ولكنها رؤية مستمدة من صور يخيّل للغربي أنها هي الواقع الفعلي للإسلام، ولذلك يبقى الأخير ضلالاً، ولا عقلانياً، وإرهاباً، لا يفرّق فيه بين المعتدل والمتطرف، فالكل سواء في الصورة النمطية عن الاسلام لا غرابة، حين يحجب صانع الصورة في الغرب وجه الضحية حين يكون عربياً ومسلماً، ويشعل ضوءً كثيفاً على الضحية الافتراضية، جندياً، أو جاسوساً، أو مهرياً قدم من خلف المحيطات البعيدة



## الفصل الخامس

### العلاقة بين البرامج الثقافية والمشاهد

### البرامج الثقافية في الخطط البرامجية التلفزيونية

تضع جميع القنوات الفضائية العربية ضمن خططها البرامجية حيزاً للبرامج الثقافية ولكنها متباينة بين فضائية وأخرى، فبعض الفضائيات لا تهتم كثيراً بذلك، بينما نجد الأخرى تضع نسباً محددة للبرامج الثقافية المتخصصة إضافة إلى البرامج العامة التي تحوي مضموناً ثقافياً

لقد أهتم البحث في دراسة هذا الجانب وحدد نسبة البرامج الثقافية ضمن البرنامج العام وأجرى الاستبيانات بما يخدم معرفة ذلك، وكذلك من خلال اللقاءات مع مسؤولي البرامج الثقافية والمتابعة لما يعرض في القنوات الفضائية من برامج ثقافية كما خلصت العديد من الدراسات إلى أن الغالبية العظمى من القنوات الفضائية تقدم برامج ثقافية عامة بالإضافة إلى تقديم برامج قليلة لها طابع ثقافي بحث موجه إلى النخبة أو الصفوة المثقفة أو لجميع المشاهدين، وكان لهذه البرامج التي تقدم مضامين تراعي التقاليد الجمالية حصة في الخطط البرامجية ولكنها ضئيلة جداً

ولكن هنالك في الجانب الآخر العديد من القنوات الفضائية العربية ومن خلال المتابعة، نجد أنها تهتم بالجوانب الترفيهية فقط، وليس لديها أية برامج ثقافية متخصصة بل أن بعضها تعتمد الابتعاد عن نشر الثقافة الجادة، وتغالي ببرامج سطحية وقد توقف البحث عند بعضها

تحاول القنوات الفضائية العربية أن تضع أهدافاً عامة مشتركة لبرامجها العامة والثقافية، فهي تسعى لربط المواطنين العرب بالإعلام والثقافة العربية التي تنبع من واقعهم وتعبّر عن وجدانهم وتراعى القيم والأخلاق الأصيلة، مما يشدهم لبعضهم البعض، وخصوصاً أن العديد بل الملايين من المهاجرين العرب وجدوا ضالتهم بالقنوات الفضائية وأصبح بإمكانهم أن يتابعوا



الثقافة والشؤون العامة في بلدانهم وهي ميزة لم تتوفر إلا في العقود الأخيرة، مما يساعدهم اليوم على ربطهم وتواصلهم مع بلدانهم وثقافتهم الأم من خلال البرامج الثقافية والبرامج العامة

وقد راعى معدوا ومنسقوا البرامج التلفزيونية في بعض القنوات الفضائية العربية أهمية البرامج الثقافية وأعطوها حقتها من ساعات بث مناسبة قياساً مع البرامج الأخرى، لكن للأسف أن قنوات أخرى لم تراعي ذلك.

ومع تكاثر القنوات الفضائية العربية ظهرت الحاجة إلى التنسيق بين هذه القنوات سواء في النواحي التكنولوجية أو في الجوانب البرامجية وبالذات الثقافية منها، وطرح مشروع دراسة إمكانية إنشاء قناة فضائية ثقافية عربية في اجتماع اللجنة الدائمة للإعلام العربي بالجامعة العربية المنعقد في بيروت نهاية آب 1997م، ومن ضمن توصيات هذا الاجتماع التي تخص البرامج الثقافية والثقافة، الشروع في تنفيذ آليات التنسيق التي نص عليها دليل التنسيق بين القنوات الفضائية العربية، وإعداد دراسة حول التشريعات الدولية والقومية المتعلقة بحقوق التأليف وانعكاساتها على العمل الإذاعي والتلفزيوني، كما أوصى الاجتماع القنوات الفضائية العربية بالتعامل مع الأدباء والكتاب العرب ونقل الفعاليات الثقافية إلى الشاشة مع السعي إلى تشجيع المواهب الواعدة في مجال الكتابة التلفزيونية، كما وجهت الدعوة إلى الجهات المنتجة بمن فيها القنوات الفضائية العربية إلى إنتاج المزيد من الأعمال ومن الأعمال الوثائقية المهمة.<sup>(1)</sup>

لكن للأسف أن الواقع وحتى الدراسات أثبتت أن الاهتمام بالبرامج الثقافية ليس بالمستوى المطلوب ففي إحدى الدراسات التي تناولت ثماني قنوات

<sup>(1)</sup> د. أمين سعد عبد الغنى، ثقافة العربية الفضائيات، رؤية إعلامية من منظور منهجية التحليل الثقافي، ط 1، ص 153.

عربية، (كعينة ممثلة ل لقنوات الفضائية العربية، وباستخدام أداتين منهجيتين هما أداة تحليل المضمون وأداة تحليل الأسلوب، خلصت الدراسة إلى مجموعة من الحقائق التي تكشف عن أداء هذه القنوات في علاقتها بالثقافة العربية و أكدت أنها تركز على وظيفة الترفيه على حساب وظيفة نقل الواقع وفهمه وتحليله ونقده

### العلاقة بين البرامج الثقافية والمشاهد

من الطبيعي أن نجد اختلافاً بين المشاهدين ومدى متابعتهم لل برامج الثقافية، ولأسباب عديدة ذكرنا قسماً منها في مكان آخر من البحث، ويمكن القول أن الحالة الاقتصادية والاجتماعية والمستوى الثقافي والعلمي للفرد هي التي تحدد تلك العلاقة وتؤثر إلى مدى التجاوب والمتابعة ومن ثم الاستفادة والتفاعل والتأثير على السلوك والتعامل للمتلقي

لذا وضعت الدراسة في بالها هذا الجانب وحددت العديد من المحاور والأسئلة التي توضح عملياً طبيعة هذه العلاقة، ف التلفزيون هو المشاهدة وهو الكلمة، وهو التسلية، وهو التعليم والثقافة وهو الإبداع

كما يجب أن نؤكد أن ل لتلفزيون مجموعة من القيم تتمثل في القيم الفنية والجمالية والنفسية والاجتماعية والحضارية والسياسية، فالتكنولوجيا المتطورة والأجهزة الحديثة والمؤثرات الصوتية وغيرها من التقنيات الحديثة والتي تسهل وتجذب المشاهدين من كل الأصناف والفئات والأعمار، كما أن الإبداع الفني واللغة المتميزة والمعبرة التي يقدمها المبدعون، والتي تعتمد على الدراسة والموهبة والخبرة والقدرة التخيلية المتميزة، واختيار اللقطات التي تحدث التفاعل والإعجاب بين البرامج الثقافية وجمهور المشاهدين، وهذا بالتأكيد له تأثيره النفسي على المتلقين، وللتلفزيون قيم حضارية تهتم الجميع لما له من قدرات



تسهل الاتصالات ومعرفة الشعوب ببعضها البعض وبالتالي نقل خبراتها وثقافتاتها، وللبرامج الثقافية دور كبير في هذا الشأن، حيث الثقافة العربية أصبحت اليوم عالمية التداول بفضل البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العالمية كما هنالك قيما سياسية واجتماعية مهمة يقدمها التلفزيون ضمن قوالب تلفزيونية متعددة

يتطرق البحث أيضا إلى دراسة جمهور المتلقين لبرامج الثقافية وطبيعة الجمهور وخصائصه ووضعه الاجتماعي ومستواه التعليمي وقدراته الاقتصادية، ومدى متابعته لبرامج الثقافية، وأسباب متابعته أو عدم متابعته لها، وأفضل أوقات المشاهدة وما هي الموضوعات التي يهتم بها ويفضلها، وغيرها من الأسئلة التي يمكنها أن تعطينا صورة شاملة عن هذه العلاقة

لربما الحديث عن البرامج الثقافية في الخطط البرمجية التلفزيونية وعن العلاقة بين البرامج الثقافية والمتلقين يقودنا إلى التطرق إلى نظرية الغرس الثقافي ( Cultivation Theory )، والتي تتطلب دراسة وتحليل العملية الإعلامية ومعرفة سياسة الاتصال المتبعة في القنوات الفضائية العربية وعلاقتها بمضمون البرامج، وتحليل محتوى هذه البرامج الثقافية وتحديد الأفكار والقيم الأكثر شيوعا وتداولاً وتكراراً، ومعرفة مدى الإسهام في تكوين المشاهدين وغرس تصورات وقيم لديهم، وعملية الغرس تتعلق بتعريف الثقافة، فإذا كانت الثقافة حسب تعريف تايلور هي (كل معتقد من القيم والعادات والتقاليد والأخلاقيات وأنماط السلوك)، فإنه يمكن تعريف الغرس على أنه (زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية تقوم بها مصادر المعلومات والخبرات لدى من يتعرض لها وخاصة وسائل الإعلام) والغرس حالة خاصة من عملية أوسع هي التنشئة الاجتماعية على أساس أنه

بقدر ما يشترك الناس في شبكة الثقافة، فإنهم يتحدثون معاً على أساس من الوعي الجماعي<sup>(1)</sup>.

### وتقوم نظرية الغرس الثقافي على خمسة فروض رئيسية هي<sup>(2)</sup>

- أن الناس في المجتمعات المعاصرة أصبحوا أكثر اعتماداً على مصادر غير شخصية للخبرة، وأن صناعة الثقافة الجماهيرية التي تعادل تكوّن الوعي المشترك أصبحت منتجاً تقدمه وسائل الإعلام
  - أن التلفزيون يختلف عن أية وسيلة أخرى وأنه مقارنة بهذه الوسائل الأخرى ينفرد بالاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور، أن الناس يمتصون المعاني المتضمنة في عالم التلفزيون بشكل غير واع.
  - ويدور حول التعرض التراكمي للتلفزيون، حيث أن خلق وجهات نظر وغرس معتقدات لدى آخرين يرجع إلى التعرض التراكمي الثابت والمتكرر لعالم التلفزيون.
  - يرتبط بتمائل وسائل التلفزيون حيث، يقدم التلفزيون عالماً متمائلاً من الرسائل الموحدة والصور المتكررة إلى الحد الذي يعتقد معه المشاهدون أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة نفسها التي يصور بها من خلال التلفزيون.
  - يؤكد وجود ارتباط قوي بين حجم المشاهدة ومعتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي، بحيث تتشابه إدراكات كثيفي المشاهدة، ويظهرون أحياناً إدراكات ترتبط بعالم التلفزيون أكثر من ارتباطها بالواقع الموضوعي
- ولهذه النظرية العديد من الآراء والدراسات المهمة والتي تم سردها في الفصل الثاني ( الأصول النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام )

<sup>(1)</sup> Phillip Lee. Communication For All, New York, Orbis Books, n.d.p.3.

<sup>(2)</sup> أميرة سمير طه، دور المسلسلات العربية التلفزيونية في إنراك الشباب المصري للمشكلات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: كلية الإعلام- جامعة القاهرة، 2001م، ص7.



## الإعلام المرئي والعنف

للتلفزيون ميزة خاصة كونه الوسيلة التي تعتمد الطبيعة التلازمية لثنائية الصوت والصورة في نقل المضمون الاعلامي وله بذلك تأثير مزدوج على المتلقي الأول هو تأثير الصورة على نفسيته بشكل مباشر ولا تؤثر على عقله وأصبحت هي التي تشكل (الاتجاهات وتصوغ القيم وتوجه السلوك للملايين المشاهدين) <sup>(1)</sup>.

والثاني هو تأثير الكلمة التي يمكن أن تفعل فعلها المؤثر على المتلقي إن هي استخدمت بالطريقة الصحيحة والمؤثرة ، وعليه فإن للصورة التلفزيونية أثراً كبيراً على المتلقي من حيث الفهم والاستيعاب ، فهو لا يحتاج الى عناء وجهد وتحليل ليفهم ما يريد أن تقول له الصورة، فالتلفزيون هو وسيلة (انصاف المتعلمين لفهم ما يدور حولهم وبناء معارفهم الموجودة أساسياتها لديهم) <sup>(2)</sup>، فالصورة التلفزيونية تساعد المتلقي في الاحتفاظ بالمعلومات الواردة في المضمون التلفزيوني بصورة مباشرة أو غير مباشرة حسب فهم المتلقي ودرجة استيعابه وهذا الاحتفاظ يكون أبقي أثراً وأقل احتمالاً للنسيان خاصة على المدى الطويل وقد أثبت التلفزيون نجاحه كوسيلة اعلامية يفهمها المتلقي وتؤثر فيه ويتأثر فيها (فمن المعروف انه كلما زاد التأثير على حواس المتلقين كلما زاد نجاح الوسيلة في تحقيق اهدافها) <sup>(3)</sup>.

<sup>(1)</sup> Andeson . D.R. Chidren and Television across National comparison , Academy of political and social science 1998 . P 17

<sup>(2)</sup> السيد بهنسي حسن - استخدام نموذج الاهتمام ودوافع المشاهدة في اتخاذ القرارات الخاصة بتقييم موضوعات برامج الأطفال في التلفزيون المصري - مؤتمر الطفل المصري بين الخطر والأمل - جامعة عين شمس 1995 ص 22 .

<sup>(3)</sup> د حسن السيد - أثر العرض البصري القائم على خصائص الصورة التعليمية التلفزيونية في عملية التعرف لدى طلبة كلية الفنون الجميلة - رسالة دكتوراه غير منشورة - جامعة بغداد 1996 ص 11 .

أن دور التلفزيون يزداد أهمية في حياة الناس كل يوم ، فهو يهدم الفواصل بين الحقيقة والوهم وهو يتمتع بتقنيات اغراء ووصول الى المتلقي لا يقاوم ، ولطالما أشير الى أن وسائل الاعلام وفي مقدمتها التلفزيون تساعد على ترسيخ نظام من الأولويات في مجتمع ما حول مشاكله وأهدافه وهي في سعيها الى تحقيق ذلك ، تعمل على أن تسجل الماضي وتعكس رؤية الحاضر فحسب (وانما هي قد تؤثر على المستقبل أيضاً)<sup>(1)</sup>

(ويعتبر التلفزيون الوسيلة الجماهيرية الأهم والأقوى والأكثر تأثيراً في جمهور المشاهدين ، فهو ينقل أفكاراً ومواقف ونماذج للتصرف ، كما أن له تأثيراً جذرياً على طرق تفكيرنا واحساسنا وتصرفاتنا)<sup>(2)</sup>.

وتأكيداً على ذلك ما توصل اليه برنامج (حوار العرب) الذي عرضته الفضائية العربية حيث خصص البرنامج حلقة ليوم 2008/5/8 لمناقشة موضوع الإعلام والإرهاب بمشاركة متخصصين يعملون في مراكز الدراسات والبحوث في كل من القاهرة وعمان وواشنطن وشارك فيه أيضاً مجموعة من اساتذه ومثليه عدد من جامعات القاهرة ، وبعد مناقشات دارت على مدار ساعه كامله وتركزت حول المؤسسات الاعلامية ومسؤولية العاملين فيها والقائمين عليها في ما يتعلق بالترويج للإرهاب او الحد منها اجري البرنامج استفتاءا للمثليه المشاركين فيه وعلى الهواء مباشرة ونشرت تفاصيله على (العربية.نت) تناول الاجابه على اسئله ثلاثه وقد اكدت اجابات معظم المبحوثين (48%) على أن التلفزيون هو الوسيلة الاعلامية الأكثر نشرًا للدعاية الإرهابية.

(1) المجلس القومي للطفولة والأمومة والاتحاد الاتماعه والتلفزيون استطلاع رأي الأطفال في برامجهم الاتماعية والتلفزيونية من خلال المناقشة الجماعية القاهرة - المجلس القومي للطفولة والأمومة 1994 ص 14

(2) فرنسيس بال /مدخل الى وسائل الاعلام ، ترجمة عادل برواري ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم /تونس 1996 ص 7.



وعليه فإن علماء الاتصال ( هارولد إنس و مارشال ماك لوهان و جور ج جرثر ) يبشرون بقدوم مجتمع يخضع لسيطرة وسائل الاتصال بشكل كامل من حيث تأثيرها العميق والطويل الأمد على طرق التلقي والقيم وسلوكيات الأفراد .

أن تأثير وسائل الاتصال ومنها التلفزيون ، مشروط بالدرجة الأولى بدرجة فعل المتلقي التي هي (مرتبطة بثقافة وسطه الاجتماعي أو طائفته) <sup>(1)</sup>، وبسبب كون التلفزيون وسيلة اتصالية لها تأثير مباشر وغير مباشر على جمهور المتلقين فإن هناك علاقة بين كثرة مشاهدة وقابلية ممارسة العنف خاصة لدى فئتي الأطفال والمراهقين الذين يحملون استعدادات نفسية ومجتمعية ، وقد لخص (هانت) الرئيس السابق للجنة الاتصالية الفيدرالية الأمريكية هذه النظرة الى التلفزيون حيث ذكر في دراسة حديثة له ( أنه ليس هناك جدل حول عنف وسائل الاعلام وهذا ما أكدته أكثر من ثلاثمائة دراسة أجريت قبل العام 1971 حيث قالت انه توجد علاقة قوية بين مشاهدة التلفزيون والسلوك العدواني ) <sup>(2)</sup>.

أن المضمون التلفزيوني قادر على أن يستخدم الصوت والصورة بطريقة فعالة وفريدة عبر الخطاب المباشر الذي يجد فيه المشاهدون أنفسهم وجهاً لوجه مع من يتحدث اليهم مباشرة من على الشاشة ويملكون أيضاً اتصالاً بصرياً وهمياً بالمتحدث .

وانطلاقاً من موضوعة التأثير الذي يحدثه التلفزيون على المشاهدين فإن العنف الذي نشهده في التلفزيون إنما يرتبط بالعنف في المجتمع ولا يمكن أن نضع ظاهرة استثناء العنف في أكثر من بقعة في العالم على (شماعة)

<sup>(1)</sup> أدونيس ماركول / الاتصالات الجماهيرية والمجتمع - نفوذ الاعلام وتأثيراته / ترجمة د / أسعد أبو شهدة دار البشير بيروت 1976 ص 46 .

<sup>(2)</sup> جون كورثر / التلفزيون والمجتمع / ترجمة د أنيب خضور - دمشق 1999 ص 17 ومن 27 .

التلفزيون فقط إذ أن التلفزيون لا يمكن أن يكون المؤثر لوحده في انتشار ظاهرة العنف ، وإنما هناك أمور تساعد في ذلك منها الأمية البطالة التطرف الديني الصراع السياسي ، وعليه (فإن العنف على الشاشة الصغيرة ليس مدخلا أكيدا إلى تكوين العنف والانحراف عند الأطفال والشباب ، انه يصبح كذلك إذا اجتمعت اليه عناصر أخرى من اشكال العنف في المجتمع وفي التكوين النفسي والجسدي مثل العوز وانخفاض معدلات الذكاء عند الفرد الميل الداخلي الموروث الى العنف والأجواء العائلية والاجتماعية)<sup>(1)</sup>.

أن ايجاد الاثارة وتوليدها يعتبران من أهم الوظائف الاتصالية المهمة التي يضطلع بها التلفزيون ، وقد سار التلفزيون على هذا المنوال منذ بدايته وحتى الآن ، وبطبيعة انتقائية حيث يتم انتقاء ما سيتم تقديمه على الشاشة واتخاذ قرارات توجيهية بخصوص كيفية تصويره ومن ثم اتخاذ قرارات تحريرية لاحقة متعلقة بكيفية تنظيمه وترتيبه و(جرعات) الاثارة التي ( تُصَبُّ ) فيه .

وهذا يوضح جزءاً من مقدرة التلفزيون على أن ( يصدِّم ) المتلقين الذين قد يعرفون مسبقاً أشياء عن الظروف والاحداث التي تم تصويرها (ولكن لم يطلعوا عليها بصرياً وتفصيلياً )<sup>(2)</sup> ، وبهذا أصبح التلفزيون في مناطق كثيرة من العالم الوسيلة الاتصالية المهيمنة التي يستخدمها المشاهدون بشكل روتيني كمصدر رئيس وموثوق للحصول على المعلومات وانطلاقاً من افتراضية أن التلفزيون يمارس تأثيراً هاماً على تشكيل وتحديد موقف الجمهور وسلوكه فإن من هذه المواقف والسلوكيات ما يتعلق بالتحريض على أعمال العنف ، أو على تقليد ما تمت مشاهدته على شاشة التلفزيون

<sup>(1)</sup> John Ryan . William M. Wena worth media and social : the production of culture in the maddmedia . Boston . 1999 P.50

<sup>(2)</sup> انوارد واكين / مقدمة في وسائل الاتصال - ترجمة ونبع فلسطين / القاهرة 1988 ص 103



هذا التقليد الذي يعني في علم النفس التربوي (اكتساب السلوك والتصرف من خلال تقليد نموذج مثالي ، انساني أو غير انساني يعجب به المتلقي وخاصة الطفل فيسير على منواله )<sup>(1)</sup>.

وقد ورد في دراسة احصائية أمريكية جرت في بداية التسعينيات أن خمسة عشر فيلماً بوليسياً عرضها التلفزيون اشتملت على اربعمئة وست جرائم وحشية (وهناك حقيقة مفادها أن التلفزيون يعرض من الجرائم ما يعادل عشرين مرة بقدر الجرائم التي تحدث في الحياة الاعتيادية)<sup>(2)</sup> ولكن هل أن التلفزيون يعمل على نشر الارهاب ؟ وهل هناك علاقة سبب ونتيجة بين التغطية الاعلامية التي يقوم التلفزيون والارهاب ؟ من الراضين لفكرة الربط بين التلفزيون والارهاب هو ( روبرت جي بيكارد ) من جامعة ميسوري الأمريكية الذي يقول في دراسة له اتهامات خطيرة يدعمها علم مريب ) ( انه ليس هناك دليل علمي كاف يثبت أن التغطية الاعلامية التي يقوم بها التلفزيون تحفز بالفعل على الارهاب )<sup>(3)</sup>.

وقد بات من العسير تحديد الأعمال التي توصف بأنها ارهابية والتي لا يمكن أن تثار حولها ضجة اعلامية ، وهذا قد يثبت أن الارهاب لا يمكن أن يتعرع دونما رعاية أو دعاية ، حيث أن تمجيد النشاطات الارهابية عن طريق توفير تغطية شاملة لها (تعرض الحدث الارهابي كشيء يغري الآخرين على تقليده)<sup>(4)</sup>.

<sup>(1)</sup> نرعا الخوري - اثر التلفزيون في تربية المراهقين - دار الفكر اللبناني بيروت 1997 ص 203.

<sup>(2)</sup> موريس ايه جريكو - سلطة وسائل الاعلام في السياسة - ترجمة أسعد أبو ليد - دار البشير بيروت 2002 ص 410.

<sup>(3)</sup> روبرت جي بيكارد - اتهامات خطيرة يدعمها علم مريب - التغطية الاخبارية كعناقل للارهاب - ترجمة أسعد أبو ليد - بيروت دار البشير / 1996 ص 6.

<sup>(4)</sup> هيموليت اوينهام فلتسكي - دراسة تجريبية عن آثار التلفزيون - نيويورك 1988 ص 132 .

أن اقتطاع التلفزيون مساحة زمنية من فترات بثه لكي يعرض الارهابيين وما يقومون به وتوفره التغطية الاعلامية اللازمة لهم يحمله قدرًا من المسؤولية لوجود (عَرَض) المقلد للارهاب خاصة بين الشباب ومن ذلك أيضاً قيام التلفزيون بعرض حوادث اختطاف الطائرات ومحاصرة السفارات والتي (شكلت أدلة على مساعدة التلفزيون في نشر أنماط من النشاط الارهابي)<sup>(1)</sup>.

كما أن أن التغطية الشاملة وغير المتوازنة في الطرح لأي حدث ارهابي إنما يشجع على تكوين جماعات ارهابية جديدة تحاول من جهتها أيضاً الاستفادة من التغطية المجانية التي يقوم بها التلفزيون للنشاطات الارهابية لكي تكون هذه الجماعات في واجهة الأحداث اليومية ، الأمر الذي يغري جماعات أخرى أو أفراداً آخرين للقيام بأعمال عنف ارهابية أكثر جرأة طلباً للشهرة بعد الحصول على تغطية اعلامية مجانية (وبهذا يكون التلفزيون ناقلاً لعدوى الارهاب يدخل بها كل بيت)<sup>(2)</sup>.

هذا ويعد موضوع العنف في الاعلام المرئي من أكثر الموضوعات التي حركت بحوث وسائل الاتصال الجماهيري ، واتسمت بالانتساع والتعقيد والجدل ، وذهب البعض من هذه البحوث الى أن تراكم هذا العدد الكبير من المعطيات والدراسات المتخصصة في هذا الموضوع (يبرهن على صحة فرضية وجود علاقة سببية بين العنف في الاعلام المرئي والسلوك العدواني)<sup>(3)</sup>.

حيث أن تأثير الاعلام المرئي على المتلقين يكتسب من خلال سلوكيات الأفراد الذين يقضون وقتاً أطول أمام هذه الوسيلة الاعلامية على حساب ما

<sup>(1)</sup> Brian , M , Jenkins : The Psychological Implications , of media -- covered terrorism , the rand paper series. 1998 P.62

<sup>(2)</sup> جيس . و . هاورن / التلفزيون وطلال المستقبل / دراسة مترجمة / ترجمة بدوي عبد الفتاح القاهرة 2002 ص 135 .

<sup>(3)</sup> ج . م . دومينيك / السينما والعنف / ترجمة سعيد توفيق القاهرة 1987 ص 230 .



يخص الأنشطة الأخرى ، والانبهار بالمواضيع المطروحة خاصة اذا كانت تقدم بأسلوب درامي مؤثر أن من المستحيل تأكيد أن عادة مشاهدة التلفزيون تلبى احتياجات محددة

غير أن التعرض الطويل لهذه الوسيلة الاعلامية يمكن أن يمهّد لافتقار الروح المعنوية لدى المتلقي والاحساس بعدم الأمن وصعوبة التكيف وافتقار الأصدقاء بسبب غياب الصلات الاجتماعية خاصة ( بالنسبة لشريحة مجتمعية مهمة هي شريحة الأطفال والشباب الذين هم الأكثر عرضة للتأثر بهذه الوسيلة الاعلامية اجتماعياً وأخلاقياً وسلوكياً )<sup>(1)</sup>.

وقد اختلفت درجة العلاقة بين التلفزيون وزيادة معدلات العنف بين دولة وأخرى ، لكن الواضح أن للإعلام المتلفز تأثير على جمهور المتلفين بدرجات متفاوتة (بسبب الخلفيات الثقافية والعوامل الاقتصادية والتعليمية والحياة الشخصية)<sup>(2)</sup> وتبقى عملية التأثير ودور وسائل الاعلام خاصة التلفزيون وعلاقتها باستشراء ظاهرة العنف بين الشباب تختلف من دولة الى اخرى ومن مجتمع الى آخر

### الاعلام المرئي وتأثيره على المتلقين

يحدث البث الفضائي العربي انقلاباً في المفاهيم والقيم السائدة في المجتمع ، والمستقبل مفتوح على تحديات كبيرة ، فللاعلام المرئي تأثيره الكبير على حياتنا اليومية ، فهو داخل كل بيت ، ووافد الى عقول كل الناس وقلوبهم والتلفزيون يعتبر الوسيلة الجماهيرية الأهم والأقوى تأثيراً على جمهور المتلقين وبإستطاعته أن يغيّر بعض الانماط السلوكية السائدة في المجتمع واكتساب

<sup>(1)</sup> إيمان أحمد خضر / الانتماء في برامج أطفال التلفزيون المصري / رسالة ماجستير / معهد الدراسات العليا للطفولة / جامعة عين شمس 1993 ص 13 .

<sup>(2)</sup> أشرف جلال / دوافع استخدام الجمهور المصري للإعلان التلفزيوني واشباعاته / رسالة ماجستير كلية الاعلام / القاهرة 1995 ص 20 .

عادات وقناعات جديدة ، والعبرة هنا ( ليست بالوسيلة وإنما بالرسالة التي تقدم من خلال هذه الوسيلة )<sup>(1)</sup>.

أن تأثير الرسالة و (المضمون) الاتصالي المرئي يبرز بالطريقة التي تقدم بها وبكيفية استقبال (المتلقي) لها وبدرجة استيعابها ، وهذا يتوقف على قدرة (المتلقي) الثقافية ومستواه الاجتماعي والمالي وارتباطه الديني ، أي أن تأثير وسائل الاتصال مشروط بالدرجة الأولى (بدرجة فعل المتلقي التي هي مرتبطة بثقافة وسطه الاجتماعي أو العائلية التي ينتمي إليها) (2) أو بتعبير آخر أن تأثير الوسيلة الاتصالية يقاس بنسبة الحاجات التي تلبيها ، وهنا يمكن للانتقائية أن تتحكم في تأثير وسائل الاتصال ، وهذه (الانتقائية) تتعلق بالأراء المسبقة وبشبكة علاقات (المتلقي) الخاصة .

أن التلفزيون يتمتع بتقنيات اغراء ووصول الى المتلقي لا تقاوم، وهو يختلف عن أية وسيلة اتصالية أخرى بأنه) ينضرد بالاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور ، وأن المتلقين يتأثرون بالمضمون التلفزيوني بشكل غير واع )<sup>(3)</sup>.

ويؤدي التعرض المتكرر لهذا المضمون الى تقديم عالم متكامل من الرسائل والصور المتكررة يتقد المشاهدون معه أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة نفسها التي يقدمها عالم التلفزيون أن اتجاهات آراء الجمهور تعتمد في المقام الأول على حجم ما تكمله له هذه الوسائل من عناصر ثلاثية هي المكون العاطفي والمعرفي والسلوكي

<sup>(1)</sup> اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري ومركز بحوث الرأي العام / الشباب المصري والتلفزيون - محدثات السلوك الاتصالي / دراسة مسحية - القاهرة 2002 ص 21 .

<sup>(2)</sup> دينا يحيى مرزوق / استخدامات جمهور القاهرة الكبرى لبرامج الفترة الصباحية والأشياء التي تحققها - رسالة تكتوراه / القاهرة / 1999 ص 65.

<sup>(3)</sup> اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري / تقييم برامج التلفزيون - دراسة بحثية / القاهرة 1988 ص 19 و ص 32.



ومن الواضح أن المتلقي قد يلجأ الى وسائل الاتصال لازالة حالة الغموض التي تصادفه أو نتيجة لنقص المعلومات ، حيث يتفوق التلفزيون في ظل ثورة الاتصال على الوسائل الاتصالية الأخرى وذلك نتيجة لتكنيكات الصورة المستخدمة وما يصاحبها من تحليل للحدث مما يساعد في زيادة ادراك الجمهور المتلقي وتحقيق اشباعاته من خلال الاعتقاد بواقعية مضمون المعلومات المقدمة وتحدد نظرية الاعتماد (اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام) طبيعة الفرد بهذه الوسائل ، فكلما اعتمد المتلقي على هذه الوسائل لاشباع حاجاته المعرفية ، قامت هذه الوسائل بدور مؤثر في حياة الفرد النفسية والاجتماعية وتختلف عملية (الاعتماد) عن عملية (التعرض) للوسيلة الاتصالية ، فالتعرض قد يتم على سبيل الصدفة أو بطريقة عضوية دون قصد ، بينما (الاعتماد) يتم وفق منظور (الجمهور النشيط) الذي يختار الوسيلة التي تحقق له اشباعاته ومعتمداً عليها في الحصول على المعلومات التي تحقق له أهدافاً معينة ويعتبرها مرجعاً لاتخاذ القرارات

ومهما بلغت قوة تأثير الوسيلة الاتصالية فإن المضمون الاعلامي أو الرسالة يجب أن تصاغ وتقدم وفق خصوصية وطبيعة كل مجتمع وإلاً قوبلت بالرفض ، اذاً الوسيلة الاعلامية والجمهور الذي توجه له الرسالة يؤثران على ما تقوله تلك الرسائل ، ودرجة تفضيل ورضا المشاهدين عن أي مضمون تلفزيوني تتناسب طردياً مع (أميةم) وتدني مستوياتهم الثقافية ، ففي بحث أجراه التلفزيون المصري عام (1988) وفي سؤال عن مدى الرضا عما يقدمه التلفزيون من برامج وفقرات ، أجاب (حوالي ثلاثة أرباع العينة 32 و73) انهم يشعرون بالرضا تماماً ، وقال 68 و24 انهم راضون الى حد ما ، وكانت البقية الباقية % 2 جوابها الرفض وعدم القبول بما يقدمه التلفزيون من برامج وفقرات) .

ويتناول النقاش الذي يدور حول احتمالية تأثير المضمون التلفزيوني على

المشاهدين من حيث

- القياس المحتمل لحصول هذه النتائج
- الجوانب المتحكمة في حصول هذا التأثير من حيث مضمون الرسالة ودرجة استفادة المتلقي من هذا المضمون استناداً الى درجة استيعابه المعتمد على مستواه الثقافي والاجتماعي وسنه وجنسه وانتماءه الطائفي والديني
- ولقياس حصول مثل هذا التأثير نضرب مثلاً بالنشرة الجوية التي تقدمها معظم القنوات التلفزيونية .

السؤال هنا هل يمكن حسابها ضمن عمليات التأثير التي يقوم بها

التلفزيون ؟ ومن المؤكد أن النشرة الجوية تمارس تأثيراً على الناس باتجاه تكيف وموائمة سلوكهم وتسبب في أحداث والغاء أحداث معينة ، وهذه النشرة تقوم أيضاً بدور المرشد والدليل في التخطيط لليوم التالي ونوعية اللباس المناسب ، ولكن هل من الممكن حساب كل هذا المضمون ضمن مجال التأثير ؟ الجواب لا وذلك لأنها مجرد عملية نقل المعلومات وليست فيها وجهة نظر ، حيث أن من المعروف أن التأثير يتعلق بتوليد مواقف وأراء

وقد أصبح التلفزيون في مناطق كثيرة من العالم الوسيلة الاتصالية

المهيمنة التي يستخدمها المشاهدون بشكل روتيني كمصدر رئيسي وموثوق

للمعلومات العامة ، وقد تكون هناك اختلافات بين الروايات التي يقدمها

التلفزيون للأحداث وبين توقعات الجمهور ، لكن أي اختلاف يكون دائماً لصالح

الرواية التلفزيونية ، حيث أن الطبيعة الجماهيرية للتلفزيون تجعل للمشاهدة

رجع صدى عند المشاهد من خلال اعتناق الفكرة وفهم ما يعرف والايمان به

والتعاطف معه



والطبيعة الانتقائية للتلفزيون تجعل له مقدرة على أن يدع الناس يرون أنفسهم من ( خلال ادراكات حسية بأن مايشاهدونه هو جزء من الواقع )<sup>(1)</sup>.

كما أن للتلفزيون قدرة على أن يصدم المشاهدين بما يرونه على الرغم من معرفتهم المسبقة بالظروف والأحداث التي تم تصويرها وعرضها للمشاهدة كما أنه يملك سياقات اجتماعية ومكانية تتم المشاهدة من خلالها وهو في ذلك يتميز عن الوسائل الاتصالية الأخرى ، وهذا التميز يتيح له أن يكون ذا تأثير أكبر على المتلقين الذين يجمع بينهم المكان والنطاق الأسري الواحد بما يحقق فهماً أكبر لما يريد أن يقوله مضمون الرسالة التلفزيونية الذي يحقق غالباً اشباعاً لدى المتلقين

وقد تناولت عدة دراسات وبحوث التأثير الذي يحدثه التلفزيون في جمهور المتلقين واتخذت من موضوعي التأثير والاعتماد كإطار نظري لها حيث استخدمت هذا الإطار (عزة عبد العظيم) في دراستها (حول اعتماد البالغين على التلفزيون كمصدر للمعلومات حول المخدرات)<sup>(2)</sup> وخلصت (أمل جابر) إلى أن (التلفزيون المصري يعد المصدر الأساسي الذي يعتمد عليه الجمهور في الحصول على المعلومات حول الأحداث الخارجية)<sup>(3)</sup>.

كما انتهى محمد الفقيه إلى ( أن التلفزيون يعد المصدر الأول الذي يعتمد عليه الجمهور اليمني في الحصول على المعلومات الأساسية )<sup>(4)</sup>

<sup>(1)</sup> ستورات هول / التلفزيون كوسيلة اتصالية / لندن 1975 ص 24 .

<sup>(2)</sup> Abdel Azim , Aza , Television Dependency and Inowledge / of drug abuse among Egyptian adults , unpublished Thesis of Master A . U. C . Journalism and mass commuication Departement / 1993

<sup>(3)</sup> أمل جابر / دور الصحف والتلفزيون في امداد الجمهور المصري بالمعلومات عن الأحداث الخارجية / رسالة ماجستير / كلية الاعلام جامعة القاهرة / 1996 ص 18

<sup>(4)</sup> محمد الفقيه / دور التلفزيون اليمني في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية . دراسة مسحية / رسالة ماجستير كلية الاعلام جامعة القاهرة 1997 ص 26 .

كما أكدت دراسة قامت بها ليلي حسن (أن التلفزيون يعد المصدر الأساسي الذي يعتمد عليه طلاب الجامعات المصرية في متابعة الأحداث الجارية)<sup>1</sup>.

وأكدت دراسة قام بها عادل عبد الغفار (أن التلفزيون المصري ، وقناة الجزيرة، وقناة سي أن أن الاخبارية أهم المصادر التي اعتمد علي ها طلاب الجامعات المصرية في متابعة أحداث 11 سبتمبر وتوابعها)<sup>2</sup>.

وهناك اتجاه ينزع الى تبسيط مشكلة العنف في وسائل الاعلام ، واتجاه آخر يدافع عن وسائل الاعلام ، ومبرراته انه توجد مصادر أخرى للعنف في المجتمع (أن العلاقة بين العنف ووسائل الاعلام علاقة سببية بسيطة وأن كثير من العلماء يجعلون وسائل الاعلام ككيس فداء وسبب لكل الانحرافات والأفات التي تظهر في المجتمع)<sup>3</sup> ولما كانت علاقة وسائل الاعلام بالعنف جديدة بالدراسة ، فإن أول ما ينبغي عمله هو ابعاد الاعلام عن قلب الموضوع والتسليم منذ البداية بأن الاعلام لا يمكن أن يلعب لوحده دوراً رئيسياً في موضوع العنف والارهاب ، انما هناك بؤراً ضاغطة تتمثل في العنف أو السلوك العنيف في المجتمع وأن ما يهمنا من وسائل الاعلام على الأقل فيما يختص بهذه المشكلة هو (العلاقة إن وجدت بين وسائل الاعلام من جهة وبين السلوك العنيف من جهة أخرى) وعلى الرغم من هذه الآراء والاتجاهات التي حاول بعضها ايجاد علاقة مباشرة بين الاعلام المرئي واستثراء ظاهرة العنف .

<sup>1</sup> ليلي حسين السيد / دور وسائل الاتصال في امداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام . المؤتمر العلمي السنوي الرابع لكلية الاعلام / الاعلام وفنانيا القنابل / جامعة القاهرة / 1998 ص 176 .

<sup>2</sup> عادل عبد الغفار / مصادر معلومات طلاب الجامعات المصرية لمتابعة أحداث 11 سبتمبر وتوابعها / المؤتمر العلمي الأول لقسم الاتاعاة والتلفزيون / كلية الاعلام - جامعة القاهرة / 2002 ص 38 .

<sup>3</sup> Wonds : Television and social behavior , New york 1986 P.221

Michal Schudson : Discovering the news , New tork ; Basic Books , 1048 P.112



ونفسي البعض الآخر وجود مثل هذه العلاقة ، فلطالما أشير الى أن وسائل الاعلام ومنها التلفزيون على وجه الخصوص ، تساعد على ترسيخ نظام من الاولويات في مجتمع ما حول مشاكله وأهدافه ، حيث أن الاتساق والتكرار الذي تقوم به وسائل الاعلام عند تناولها لحدث ما يعملان على ترسيخ فكرة عنه في عقل المتلقي .

وإذا ما قدم المضمون بشكل متماسك ومؤثر من حيث معرفة واقع الفئات المستهدفة فإن ذلك من شأنه أن يرسخ في الأذهان واقعاً يتناغم وما هدف اليه (المضمون) وكلما ازدادت الصورة المقدمة اتساقاً وكلما حازت هذه الصورة دون غيرها على اهتمام واسع ، كلما أصبح حدوث التأثير المتنبأ به أكثر احتمالاً<sup>(1)</sup> وذلك أن الأمور التي تقع خارج نطاق التجربة الفردية المباشرة للمتلقي والتي لا تكون لها آراء بديلة قوية ، ستكون عرضة لتقبل مستوى أعظم من التأثير خاصة إذا سكنت هناك ثقة في المصدر الناقل للحدث أو العرض له ونسبه الى مصدر ما يحوز على ثقة المتلقي ، وفي هذه الحالة سيعمل ذلك كله على احداث توسع أكبر للآراء والقيم

التي تكون وسائل الاعلام مصدرها وتتاح فرصة أكبر لتقبل المتلقين لها حيث أن هناك تفاعلاً مستمراً وانتقائياً بين ذات المتلقي ووسائل الاعلام التي تلعب دوراً في تشكيل سلوك الفرد ومفهومه الذاتي لما يدور حوله<sup>(2)</sup>.

أن أي حديث حول قياس التأثير الذي يمكن أن تحدثه وسائل الاعلام وخاصة التلفزيون في أوساط المتلقين يجب أن يأخذ في الحسبان أموراً ثلاثة هي الجمهور، الرسالة ، التوزيع ومن البديهيات المتعلقة بالجمهور فهناك شرط

<sup>(1)</sup> نيفيس ماكويل / الاتصالات الجماهيرية والمجتمع - نفوذ الاعلام وتثيراته / ترجمة أسعد أبو ليلة / لندن 1976 ص 47 .

<sup>(2)</sup> David , G . Violence against children . Harvard University press. 1973. p . 61

أساسي وواضح وهو الوصول الى جمهور كبير اذا ما أريد الوصول الى الجمهور المستهدف بالرسالة بغية احداث التأثير المطلوب ، وأن تكون الرسالة متوافقة مع ميول الجمهور ويرتبط ذلك بضرورة الاتساق مع الأعراف السائدة في المجتمع وثقافة الفرد المستهدف لكي لا تكون هناك معارضة ولكي تكون مفهومة

واذا ما سلمنا أن المضمون الاعلامي المرثي اذا ما قدم بشكل مدروس وموجه الى الفئات المستهدفة بما يتلائم بكيفية فهمها وطريقة استيعابها فإن (هناك احتمالاً كبيراً في أن نقدح المعلومات التي يتلقاها الجمهور زناد استجابات دعر جماعية واسعة)<sup>(1)</sup> خاصة اذا كانت هذه المعلومات متعلقة بجرائم اجتماعية وهناك الآن مدارس فكرية تؤمن أن ما ترسمه وسائل الاعلام من صور العنف والجريمة يمكن أن تحول الأطفال الى أن يكونوا أكثر عدوانية (بيركو فيتز 1970)، وتميل مدرسة أخرى الى الرأي القائل بأن من المرجح أن يكون تأثير الدليل الخيالي مسهلاً للعدوان أو يشكل مدخلاً للتنفيس عنه (فشباخ وسنجر 1971) .

أن وسائل الاعلام قد تكون في الكثير من الحالات مسؤولة عن نشر الاضطرابات والعنف ، فقد ( أشير في مرات عديدة الى أعمال العنف والشغب التي كانت تشهدها المدن الأمريكية في أواخر الستينيات الى أن التغطية التلفزيونية لواحدة من الحوادث قد تؤدي الى اشتعال أحداث في أماكن أخرى )<sup>(2)</sup> .

وعليه فإن عرض التقليد للجرائم التي تنقلها وسائل الاعلام ومنها التلفزيون ، يمكن أن تزيد بين الأطفال والشباب اذا ما اقترنت مع عوامل مجتمعية وثقافية واقتصادية ودينية خاصة وأن التلفزيونات الفضائية تتعامل

<sup>(1)</sup> Small , W . To kill amessenger – television news and thernal world . New york . 1976 . p . 158

<sup>(2)</sup> Angus Campbell, Philip E : Elections and the political order . New york . 1966 . p . 170



بالصورة التي تؤثر مباشرة في نفسية المتلقي ولا تتفاعل مع عقله شأن الكلمة المذاعة أو المقروءة وهناك علاقة ارتباط بين مضامين التلفزيون والسلوك الاجتماعي ، والأطفال الذين يكثرون من مشاهدة التلفزيون يحيون صراعاتهم ومنازعاتهم واختلافاتهم بصورة عدوانية .

وتؤكد جميع البحوث السايكولوجية أن ظاهرة تقليد النماذج العنيفة في التلفزيون تتولد عند الأطفال الذين يكثرون من مشاهدة هذه النماذج ، حيث يرون في المضمون التلفزيوني على أنه الحقيقة والواقع ويأتي ذلك (نتيجة الاستمرارية في متابعة ما يبثه التلفزيون بشكل مكثف وعدم الاحتكاك مع العالم الخارجي بنفس الكثافة الاستمرارية) ، كما أن ذلك يأتي أيضاً بسبب قدرة التلفزيون على إعادة عرض الأحداث مع اجراء تغييرات جوهرية عليها حسب سياسة القناة التلفزيونية وبما يتلائم مع طبيعة الجمهور المستهدف .

وفي الواقع (أن الأطفال في سن الثالثة يخصصون للتلفزيون خمساً وأربعين دقيقة للمشاهدة يومياً ويزداد هذا الوقت مع تقدم السن حيث يقضي الأطفال في سن الخامسة ساعتين يومياً ، وفي سن الستة عشر يقضون أمام التلفزيون وقتاً أطول مما يقضونه في المدرسة) .

ويعود قدر كبير من تعلق المشاهدين بما يبثه التلفزيون إلى التركيب الشكلي للصوت والصورة وتقنيات سردهما ، وتأسيساً على ذلك فمن غير المجدي التساؤل أو البحث فيما إذا كان ممكناً الفصل بين تأثير الشكل والمضمون اللذين يقدمهما التلفزيون على المشاهد ، فأحدهما يكمل الآخر ويجب العناية بهما إذا ما أريد كسب المشاهد والتأثير عليه ، ولكي يتحقق مبدأ الاشباع فلا بد أن يكون بالضرورة لدى المشاهد (فكرة) عما سوف يشاهده ، وعند الوقوف عند هذه ال (الفكرة) ندرك لماذا (استخدم) أو (اختار) الفرد المستهدف هذه القناة ، وهذا

البرنامج دون غيرهما ، وهنا يتحقق أيضاً مبدأ ( الجمهور النشط ) الذي يبحث عن المضمون الذي يلبي رغباته وليس البحث عن الوسيلة الاتصالية فقط ، ولهذا فلا بد من وجود توافق أو تلاقي بين توقعات المشاهد والمضامين المقدمة .



## الفصل السادس

### الإعلام والقيم الأخلاقية

### دور الإعلام في دعم القيم الأخلاقية

القيم شيء مختلف تماماً عن العادات والتقاليد، لأنها من الأمور الفطرية التي فطر الناس عليها ولم يصنعها البشر، والدليل على ذلك إنها لها طابعاً عالمياً إنسانياً يجعلها فوق الزمان والمكان فالبشر جميعاً متفقون - إلا من شذ منهم - على أن الصدق قيمة لا يجوز التهاون فيها، والأمانة قيمة ليس من حق أحد أن يجري عليها شيء من أشكال التغيير، والعدل قيمة لا تقبل التجزئة أو المساومة بشأنها، وهذا شأن بقية القيم المعنوية الأخرى

والقيم الأخلاقية انعكاس للأسلوب الذي يفكر به الناس في سياق ثقافي معين وفي فترة زمنية محددة، وحينما تغير الأسلوب التقليدي لتفكير الناس من ذلك الأسلوب الذي يضعون فيه القيم المعنوية فوق كل اعتبار ويعتبرونها غاية في ذاتها يريدون الوصول إليها في سلوكهم العام والخاص، إلى ذلك الأسلوب من التفكير الذي يضع الإشباع المادي واللذي فوق كل اعتبار، إنهار سلم القيم التقليدية وضاعت القيم المعنوية

وبالطبع فإن هذا الخلل الذي أصاب البنية الأخلاقية للمجتمع المصري يحتاج إلى جهد كبير من كل ما يعنيه مستقبل هذا المجتمع

فيلعب الإعلام دوراً مؤثراً وإيجابياً في تغيير سلوكيات مجتمعيه عديدة، تؤصل معها ممارسات وعادات حسنة، فالإعلام الإيجابي الواعي يمكنه عبر خطة مدروسة ومنظمة أن يجابه الكثير من العادات السلبية والموروثة، باعتبار الإعلام رسالة نبيلة ومسئولية أخلاقية تدعم منظومات القيم التي تؤثر على تماسك المجتمع

من ثم فإن الأمر يتطلب التوجه نحو الإصلاح، وطريق الإصلاح يبدأ من ذات كل فرد من أفراد المجتمع



الاهتمام بإبراز القدوة الحقيقية والتركيز على إعادة بنائها لدى أفراد المجتمع من العلماء الأكفاء في معاملتهم داخل مؤسساتهم العلمية، والمفكرون في مكباتهم، والعمال في مصانعهم، والفلاحين الذين يكسبون في حقولهم . الخ من خلال إعداد برامج جديدة تركز على القيم الأخلاقية التي يراد إكسابها للناس مرة أخرى، ويستضاف فيها قادة الرأي والمفكرون والعلماء الذين يعتبرون قدوة صالحة في مجال تخصصهم

حيث تقع مسئولية الإعلام عن دعم منظومات القيم التي يعتمد عليها تماسك المجتمع، من خلال وعي المواطن وقدرته المتطورة على الاختيار وعلى التمييز العقلاني بين الزائف وبين الأصل الحقيقي، وبين الإثارة وبين التوعية فالأمر يتطلب تربية إعلامية لتكوين المواطن ذي القدرة على التفكير التحليلي الناقد، وتكوين ضوابط ذاتية تمكنه من التلقي للفيض الإعلامي وتدفق الرسائل الإعلامية، بما يساعد على الانتقاء، وعلى تبين ما هو أخلاقي فكرياً وقيماً

إن القضية الكبرى أمامنا الآن هي تنمية المجتمع، وهذا الهدف لن يتحقق على نحو سليم إلا بالتنمية المتكاملة التي تشمل على التنمية البشرية التي تتأسس على الأخلاق، والتي تسير جنباً إلى جنب مع التنمية المادية في جميع المرافق، فكلاهما جناحا التنمية الشاملة

وسيتناول البحث عدد محاور نعرضها على الوجه التالي

- |               |                           |
|---------------|---------------------------|
| المحور الأول  | : البعد التربوي للإعلام   |
| المحور الثاني | : البعد الأخلاقي للإعلام  |
| المحور الثالث | : البعد الاجتماعي للإعلام |

## المحور الأول البعد التربوي للإعلام

للقوقوف على البعد التربوي للإعلام، سيتطرق البحث إلى أربعة نقاط

هي

### أولاً مفهوم الإعلام

الإعلام علماً وممارسة، ينمو ويتسع ويتلاحم مع العلوم الإنسانية والإجتماعية - أخذاً وعطاء - من منطلق أن العلم ينمو ويحيا دائماً بالإنفتاح لا بالإنغلاق حول نفسه

ويختلف المفكرون في وضع تعريف لمفهوم العمل الإعلامي، كما تختلف الدول حسب أنظمة الحكم القائمة بها في فهم الإعلام و تفسيره حسب فلسفة المجتمع ونظراته لمختلف الشئون الاقتصادية والإجتماعية والثقافية به

فيمكن اعتبار الإعلام عملية استطلاع وتفاعل مع البيئة المحيطة عبر الوسائل المتاحة للاتصال والتي تشكل عيوننا و أذاننا لمعرفة ما يدور حولنا، كما يمكن اعتباره التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت

ويمكن أن نضيف أيضاً أن الإعلام بمفهومه الواسع هو عملية جمع المعلومات وتبادلها ونشرها، واستخدام العلم الحديث في عملية الجمع والتصنيف والإخراج والتكنولوجيا المتقدمة في عملية الإيصال للجماهير المقصود وإستقبالها، بإتباع الأسلوب المناسب نفسياً وإجتماعياً لعرض ومحاولة إقناع الجماهير المخاطب بها، وذلك ضمن إطار ديمقراطي يؤمن بالمشاركة، ويحدد أولويات العمل بناء على واقع المجتمع وإحتياجاته المستقبلية



## مبادئ وأسس الإعلام

فهناك شبه إلتفاق لا يختلف عليه أحد تقريباً في أساسيات العمل

الإعلامي، وفي المبادئ والأسس التي يقوم عليها الإعلام، وهي

- الحقائق التي تدعمها الأرقام والإحصاءات
- التجرد من الذاتية والتحلي بالموضوعية في عرض الحقائق .
- الصدق والأمانة في جمع البيانات من مصادرها الأصلية .
- التعبير الصادق عن الجمهور الذي يتوجه إليه الإعلام .
- وهذا يعني ما يلي
- إن الإعلام الذي لا يقوم علي أساس من الواقع ينتفي عنه مفهوم الإعلام .
- إن رجل الإعلام الذي يضفي وجهة نظره الشخصية التي تمليها عليه أهواؤه علي المعلومات التي يزود بها الجمهور، ويلون هذه المعلومات حسبما يراها، هذا لا يتفق مع صفته كرجل إعلام .

إذا لم يكن الصدق والأمانة منهاجاً في الحصول علي البيانات واستشفائها من مصادرها، فإن الإعلام يفقد أهم دعامته له، وهي عامل الصدق وأخيراً . إذا لم يأت الإعلام معبراً تعبيراً صادقاً وأميناً علي ترات الأمة وعاداتها وتقاليدها وروحها، ومناسباً لثقافتها وتفكيرها، فإن الإعلام سوف لا يلائم جمهوره، وبالتالي لا تستطيع الجمهور فهمه أو التجاوب معه .

## ثالثاً منظومة التكامل بين الإعلام والتربية

تشكل وسائل الإعلام في العصر الحديث عامل تنمية وسبباً من أسباب أسهام المواطن في المجتمع بشكل نشط وعنصراً متزايد الأهمية من عناصر الثقافة، حيث أخذت الإمكانيات التربوية تتجلي شيئاً فشيئاً

لذلك يلقي استخدام وسائل الإعلام في التربية اهتماماً واسع النطاق في معظم دول العالم، وإن اختلفت كفاءة هذا الاستخدام في النظم التربوية المختلفة

فإحدى مهام التربية هي تنمية استعدادات الطالب حتى يصبح قادراً على تقييم وضع المجتمع الذي يعيش فيه وتؤدي ضمنه وسائل الإعلام دوراً مهماً للغاية

فنحن الآن في حالة تزواج جديد بين الإعلام والتربية أسفر عن علم اجتماعي جديد تحت مسمي التربية الإعلامية فهي علم ومنهج إشتقاقي من كل من التربية والإعلام، بهدف توظيف التربية إعلامياً وتوظيف الإعلام تربوياً لتحقيق هدف مشترك هو إكساب الطالب المهارات الذهنية والعملية التي تمكنه من استيعاب المنهج نظرياً وعملياً علي أرض الواقع، بمعنى تنمية قدراته علي التعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام المختلفة التي تلاحقه ليلاً ونهاراً

ولقد جاء مفهوم التربية الإعلامية ليعكس جانباً من جوانب التكامل الضروري بين المؤسسة التربوية والمؤسسات الإعلامية، بحيث يكون تطبيق هذا المفهوم مدخلاً يضمن الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام بما يتفق وغايات التربية في تحقيق النمو المتكامل علي المستوي العلمي والأخلاقي والجمالي والديني والبدني، وكذلك تنمية الجدارة والقوة المعرفية والمعنوية، وذلك للمساهمة بفاعلية في بناء الوطن

ولقد جاء قيام المنظمة الدولية للتربية الإعلامية عام 2004 م بمثابة تلبية لحاجات حقيقية يتطلبها النهوض بالتربية، كما إهتمت المجالس القومية المتخصصة في مصر مؤخراً بالتعرف علي أهداف ووسائل مشروع تلك



المنظمة بعد النجاحات التي حققتها على المستوى الدولي منذ إستحداث مصطلح التربية الإعلامية عقب أول مؤتمر تم عقده في ألمانيا عام 1982م.

وبالنظر إلى تعدد مجالات تأثير وسائل الإعلام في سلوك الجماهير، فإن مفهوم التربية الإعلامية يتسع لما هو أبعد من مجرد إكساب المتعلمين المهارات والمعلومات والقيم والاتجاهات التي تساعد على الاستفادة من وسائل الإعلام بما يتفق ومتطلبات النمو السليم وتكامل الشخصية، بجانب ذلك تتضمن التربية الإعلامية إكساب كل القائمين على التربية المهارات التربوية والوعي الكافي لتنظيم علاقة الأطفال والمراهقين بوسائل الإعلام خاصة التلفزيون والإنترنت.

### البعد الأخلاقي للإعلام

يتضمن النظام الإعلامي الجديد عدداً من الأبعاد منها ما هو ذو صيغة سياسية ومنها ما هو ذو طابع إقتصادي أو تربوي . الخ، والوقوف على البعد الأخلاقي للإعلام سيتعرض البحث إلى التالي

### أولاً الفلسفة الأخلاقية في الفكر الإسلامي

الأخلاق كانت ولم تزال محل اهتمام المجتمع الإنساني، وأصبحت كذلك محل اهتمام الباحثين والعلماء في تخصصات مختلفة، ومن المنظور اللغوي فإن الأخلاقيات تعني الدراسة الفلسفية للقيم الأخلاقية والقواعد، كما تدل أيضاً على الدافعية بناء على أفكار الصحيح والخطأ

فمنذ القدم اكتشف المصريون القدماء معنى الأخلاق، ومعنى الضمير الإنساني، وأكدوا أن حياتهم الاجتماعية والسياسية أساسها السلوك المعتدل القويم والتحلي بكل الفضائل التي تم تلخيصها في كلمة الماعت التي تعني على الصعيد الأخلاقي الاعتدال في السلوك وضبط النفس والتحلي بكل القيم

الأخلاقية الرفيعة، كالصدق، والشجاعة، والكرم، حب الآخرين، وحب الثقافة، والكتابة وتقدير الكتاب والمفكرين، وقيم الاعتدال، والتعاون، والمواطنة الصالحة الخ . . .

فالأخلاق إذن هي نتيجة لتصرف الفرد منذ القدم، نتيجة لما عرف بالاختبار أنه صالح ونافع، وأنه معين للحياة علي أغراضها

أما في الفكر الإسلامي فقد ذكر الفارابي الأخلاق وجعلها أحد فروع العلم المدني في إحصائه للعلوم ولكنه لم يضيف شيئاً عما ذكره أرسطو من فهمه للسعادة والفضيلة ومن جعل الأخلاق مقدمة للسياسة المدنية أو بالأحرى المدينة الفاضلة

أما التهانوتي فلقد أشار إلى الأخلاق ولكنه كانت تعوزه النظرة الكلية في فهم طبيعة علم الأخلاق وموضوعه وجانبيه النظري والعملي وأول ما يتبادر إلى ذهن حين التنقيب عن اتجاهات أخلاقية في الفكر الإسلامي، سنجد فلسفة "مسكوبه" الذي وصف بأنه أكبر باحث عربي في الأخلاق

كما اقترن الإيمان في الكتاب الكريم غالباً بالعمل الصالح دلالة علي ما بين الإيمان والأخلاق من وشائج وصلات إشارة إلى ضرورة إقتران الإيمان بالعمل الصالح كشرط للنواب، فلم تكن الأوامر الإلهية متعلقة بشعائر تعبدية فحسب ولكنها تنطوي علي فضائل أخلاقية، كذلك المحظورات الدينية غالباً لها دلالات أخلاقية، وأحاديث الرسول ﷺ في الأخلاق كثيرة، ويكفي بهذا الصدد أن رسول الله حدد هدف الرسالة فجعله أخلاقياً في قوله إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق

## ثانياً إخلاقيات الأعلام



على مستوى الإتصال، فإن أخلاقيات الإعلام Media ethics محل اهتمام العديد من المنظمات المحلية والإقليمية والدولية، فقد ظهر العديد من التقارير التي تصدرها جهات متخصصة بما يوضح المخاطر التي تترتب على عدم الالتزام بالأخلاقيات من جانب وسائل الإعلام بل أن كثير من المؤسسات المدنية أدرجت أخلاقيات وسائل الإعلام ضمن أنشطتها

وفي الكثير من الأدبيات المعنية بأخلاقيات وسائل الإعلام يبدو التأكيد واضحاً على أهمية هذه الأخلاقيات وضرورة تطويرها بحيث تقابل التطورات في الممارسة وتؤثر فيها

وعلى الرغم من المواثيق الأخلاقية الصادرة على المستويات الإقليمية والدولية لتنظيم عمل وسائل الإعلام، إلا أنها لا تتخذ صفة الالتزام، وكثيراً ما يعوزها الجانب الأخلاقي المرتب بالذات الثقافية، فتبدو أهمية وضرورة وجود المواثيق الأخلاقية التي تنظم عمل وسائل الإعلام على المستوى الوطني فهناك تلازم بين وجود تلك الوسائل ووجود القواعد والقوانين التي تنظم عملها، أي أن هناك علاقة تلازمية لا تنفصل inseparable بين وسائل الإتصال والقوانين التي تنظم عملها، هذه القوانين تركز على تنظيم الأداء سواء من المنظور الحرّي أو المنظور الأخلاقي وإن تفاوت ذلك من وسيلة إلى أخرى ومن مجتمع إلى آخر فذلك يعكس التوجه لتنظيم العمل في وسائل الاعلام وفق قواعد أخلاقية، ففي كثير من دول العالم، تتزايد الدعوات والأنشطة الرامية إلى أن تلتزم تلك الوسائل بالأخلاقيات والمسئولية الاجتماعية تجاه المتلقي

### التربية الإعلامية كمنهج دراسي جديد

يتطلب هذا المنهج الدراسي الجديد تدريب المعلمين علي تدريسه بتقديم الحوافز المساعدة الفنية والعلمية في عملية التدريب التي تدفع المعلم إلى ممارسة التدريس نظرياً وعلمياً طبقاً لأعلى المستويات الأخلاقية، فيما يتعلق بالقيم الروحية والأداب العامة والذوق العام بهدف دعم وترسيخ تلك القيم والأدبيات في نفوس الطلاب

ومن أبرز المعايير الأخلاقية التي يجب أن يتضمنها المنهج الدراسي

للتربية الإعلامية ما يلي

- القدرة علي التمييز بين الصواب والخطأ في ثقافة المجتمع .
- الاستقلال والحرية المسئولة وحرية التعبير .
- حب الوطن والإعتزاز بالمواطنة

### التربية الإعلامية في سياق التنشئة الأسرية :

من منطلق أن الأسرة هي البيئة الأولى في بناء المجتمع وتنشئة الأبناء بطريقة صحيحة من خلال تعريفهم بما هو صواب أو خطأ وكيف تنصح الأسرة الأبناء بإقتناء الصحف والمجلات المناسبة وكيف يتعاملون معها قراءة ومراسلة الخ . . .

### التربية الإعلامية كمحور من محاور التثقيف الجماهيري

بذلك يتحقق التكامل بين المؤسسات الثقافية التابعة للدولة وبين المؤسسات الصحفية والإعلامية في عمل مشترك، وذلك من خلال المؤتمرات والندوات والمحاضرات والمسابقات . الخ، لنشر الوعي الجماهيري بين مختلف فئات الشعب، ومن المحاور الأساسية في هذا المجال تثقيف الجيل الجديد



بمنظومة، الحقوق والواجبات وأهمية أداء الواجبات جنباً إلى جنب لممارسة الحقوق

### التربية الإعلامية في مرحلة التشريع :

من خلال سن اللوائح والقوانين بشأنها، فقد صدرت مؤخراً اللائحة التنفيذية لقانون الكادر للمعلمين، وحرصت اللائحة على إبراز الأخلاق المهنية جنباً إلى جنب من التمكن المعرفي، والمهاري، والتنمية المهنية المستدامة، وحرصت اللائحة على إبراز أهمية أخلاقية المهنة في جمال مهنة المعلم

### التربية الإعلامية كبرنامج من برامج الأمم المتحدة

بهدف تشجيع تحالف الحضارات وتجاوز الثقافات المختلفة ونبد الصراعات والحروب والحد من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام والمساعدة في بناء عالم أكثر عدالة وأماناً ورخاء للجميع

ومن أهم المشروعات التي تعني بتدريس التربية الإعلامية والترويج الإعلامي لها نذكر منظمة اليونسكو، والاتحاد الأوروبي، ووزارات التربية والتعليم في العديد من الدول الأوروبية، والمنظمة الدولية للتربية الإعلامية

### البعد الاجتماعي للإعلام

من اهتمامات النظام الإعلامي الجديد المتصف بالشمول واستدراك الأوضاع الإعلامية على كل الأصعدة وفي كل المستويات ليس إقرار علاقات إعلامية جديدة على مستوى الدول أو الحكومات فقط، بل إقرار التدفق الحر والمتوازن للإعلام في الخارج والداخل على حد سواء، وتركيز أسس متكافئة بين مختلف الأصناف الاجتماعية من حيث الجنس والعرق والمستوى الفكري والمادي

فالامر يتعلق بوضع اجتماعي ذي جذور متعددة، فهذا الوضع قائم في مختلف المجتمعات، وأن أجهزة الإعلام، إن لم تكن السبب الأصلي في وجود هذا

الوضع، فهي تتحمل مسؤولية كبيرة في تربيته وتثاقفه مؤكدة بذلك تقصيرها في أداء وظيفتها الاجتماعية

فإن إعادة النظر في مفهوم الوظيفة الاجتماعية لأجهزة الإعلام والوقوف في وجه الاستلاب الثقافي يعدان، عن أهم أهداف النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال، لذلك فالإعلام والثقافة دوراً بارزاً في تحقيق الأمن المجتمعي، ويتضح ذلك في

### **دور الإعلام في الأمن المجتمعي :**

لوسائل الإعلام دوراً محورياً في أمن وسلامة المجتمع، لذا فمن الواجب أن تكون تلك الوسائل في أيد أمينة تعمل على تنقيح المواد الإعلامية بما يتناسب مع ثقافة وقيم المجتمع المصري ولقد أثبت علماء النفس أن ما تحتوية بعض برامج وسائل الإعلام المختلفة من عنف يؤثر تأثيراً بالغاً في سلوك الأشخاص وخاصة الأطفال، الأمر الذي يعمل على الإطاحة بأمن المجتمع وإشاعة الفوضى به

فيجب أن نحافظ على هويتنا الثقافية وأن نعمل على ترسيخها، ليس عن طريق تقليص وسائل الإعلام والحد منها، بل عن طريق توجيهها التوجيه الصحيح والاستفادة منها إلى أقصى حد ممكن عملاً على تصويب ما قد يثبتته الإعلام الغربي والصهيوني في مغالطات في عقول العديد من الناس، وتفادي ما تطويه بداخلها من سلبية قد تهوى بأمن المجتمع وسلامته

### **دور الثقافة في الأمن المجتمعي**

تلعب الثقافة أيضاً دوراً هاماً في أمن وسلامة أي مجتمع، إذا أنها تعد الحصن الحصين للأفراد الذين يشكلونه، فمن خلالها يمكن للمرء أن يميز



الصواب والخطأ وأن ينتقي تصرفاته وسلوكياته بما يتناسب مع ثقافة دينة ومجتمعه

ولما كان كل مجتمع يتكون من فئات معينة تربط بينهم ثقافة خاصة تشكل هويتهم دون غيرهم، فإن الشخص المنقف الذي يجمع بطياته ثقافات فئات مجتمعة بجانب ثقافته الخاصة، يستطيع أن يتفاعل مع كل عناصر مجتمعه ويتعامل معهم بلا تصادم، الأمر الذي لا تنهدر معه روابطه وعلاقاته الاجتماعية بالآخرين بشكل يؤدي إلى إحداث فجوة ثقافية بين أفراد المجتمع تؤدي إلى إحداث بليلة فكرية تنتقل بالمجتمع من حالته السليمة الأمانة إلى مشاحنات واختلافات تفقده ما ينعم به من هدوء واستقرار

وفي مجال عمليات التنمية وإجراءاتها وسياساتها ينبغي اعتبار الثقافة محورياً رئيسياً في أهدافها وغاياتها بصفة عامة قبل أن تكون وسيلة

ولكي تصبح الثقافة في المجتمع أحد مسببات وليس معوقات التنمية المجتمعية، فإن المطلوب هو حركة إصلاح ثقافي تركز على مجموعة من المعوقات اللازمة لتوظيف وتطوير قدرات الفرد وحشد طاقات وموارد الأمة، ولا يمكن بلوغ ذلك دون

- تعليم جيد متاح للجميع .
- حركة تأليف ونشر واسعة تعزز مجتمع المعرفة .
- إبداع يحفز العقل ويرتقي بالوجدان .
- إعلام معاصر مؤثر .

### التغطية الإعلامية للمجلس العسكري كنموذج لتأثير ثقافة الصورة

خلال شهر نوفمبر 2011، كان الحدثان الأهم على الإطلاق هما الهجوم على المعتصمين في التحرير ومحاولة فض اعتصامهم بالقوة، الأمر الذي دفع بعشرات الآلاف ثم مئات الآلاف إلى النزول للتظاهر ومع استمرار التعامل الأمني مع المتظاهرين استمر الاعتصام وتوسع بعد فقدان قرابة 50 مصرياً لحياتهم وإصابة آلاف آخرون والحدث الآخر هو الانتخابات، التي شغلت أحداث التحرير الانتباه عنها نسبياً رغم كونها انتخابات تاريخية، وسواء فيما يتعلق بالتحرير أو الانتخابات، كان المجلس العسكري محو جانب هام من التغطيات الإعلامية سواء فيما يتعلق بعلاقته بطريقة فض اعتصام التحرير وما تطورت إليه الأمور، أو فيما يتعلق بالترتيب للانتخابات.

وكان من بين القضايا الأبرز على الساحة الإعلامية فيما يتعلق بالمجلس العسكري وثيقة السلمى التي بدأ الشهر بالتركيز عليها وعلى محاولة تمرير صلاحيات واسعة تمكن المجلس من السيطرة على مقدرات وتوجهات الدولة المقبلة في مصر من خلال مواد دستورية، وتحول الجدل حول الوثيقة التي نسبتها التيارات الإسلامية لنائب رئيس الوزراء علي السلمى، ونقلته بالتالي وسائل الإعلام، ليكون جدلاً حول المؤسسة العسكرية والمجلس الأعلى للقوات المسلحة خاصة بعد التعامل العنيف مع معتصمي التحرير والذي استمر قرابة أسبوع مخلفا عشرات الشهداء وآلاف الجرحى منهم من فقدوا عيونهم

وكشفت نتائج الرصد للتغطية الإعلامية أنه، خلال شهر نوفمبر خصصت صحيفة الوفد المساحة الأكبر (19832 سنتيمتراً مربعاً) من التغطية للمجلس العسكري مقارنة بباقي الصحف محل الرصد، تلتها الأخبار



(18789 سم) ثم المصري اليوم ( 13234 سم) وبعدها الشروق ( 10693 سم) وأخيرا الأهرام بمعدل 5.550 سنتيمتر مربع

وبالنسبة للموضوعات التي اهتمت الصحف بتغطيتها، اختلف ترتيب الانتخابات على سلم الأولويات في الصحف المختلفة خلال الشهر الماضي، الذي شهد بدء أول مرحلة في أول انتخابات مصرية بعد الثورة ويشير اهتمام الصحف المختلفة وترتيب الانتخابات التي تأتي في المركز الثاني أو الثالث وليس الأول من حيث الاهتمام في أغلب الأوقات إلى أن المؤسسات الإعلامية تختلف على تقييم الأولويات للتغطية خلال الشهر الماضي، فمنها من يضع المظاهرات كأولى الأولويات وآخرون يعتبرون الأوضاع السياسية وطريقة الحكم، وهو ما ينعكس على عدد مرات تغطية كل منها للموضوعات المختلفة.

وبالنسبة لاهتمام كل الوسائل الإعلامية التي تم رصدها بالفاعلين من المجلس العسكري، جاء المجلس ككيان موحد على رأس المصادر في تغطية الأخبار ليحصل قرابة ثلاثة أرباع مساحة الفاعلين العسكريين في التغطية التي نشرتها الصحيفة، يليه في الترتيب المشير محمد حسين طنطاوي، ليختلف التركيز لاحقا من وسيلة لأخرى ويتوزع على عدد من أعضاء المجلس من بينهم الفريق سامي عنان واللواء حمدي بدين واللواء محمود حجازي وغيرهم.

وفي المواقع الإلكترونية، كان موقع مصرأوي هو الأكثر تغطية للمجلس العسكري خلال ساعات الرصد طوال شهر نوفمبر بمعدل تخصيص 27096 كلمة يليه موقع البديل ( 12797 كلمة) ثم اليوم السابع (10217 كلمة) وأخيرا بوابة الأهرام (3047 كلمة).

أما بالنسبة لعدد الكلمات التي قامت من خلالها المواقع محل الرصد بتغطية الفاعلين العسكريين (المجلس ككيان وكل أعضائه بأسمائهم) فكانت

المساحة الأكبر من التغطية من نصيب المجلس العسكري بمعدل 35472 كلمة يليه المشير طنطاوي بمعدل 12782 كلمة ثم اللواء محسن الفنجري الذي كان مصدرا في تغطيات خصصت لها المواقع محل الرصد 1257 كلمة يليه اللواءات سامي عنان ( 1173 كلمة) ومحمد العصار ( 832 كلمة) ثم محمود حجازي وحسن الرويني وممدوح شاهين ومختار الملا واسماعيل عثمان وفي البرامج الحوارية، محل الرصد، جاء برنامج العاشرة مساء الذي تبثه قناة دريم في مقدمة البرامج التي خصصت مساحة للمجلس بمعدل أربعة ساعات و 41 دقيقة وسبع ثوان خلال شهر نوفمبر، مقابل ساعة و 48 دقيقة و 13 ثانية في برنامج مباشر من مصر (الفضائية المصرية)، و 26 دقيقة وخمس ثوان في بلدنا بالمصري (أون تي في)

وحول المساحات التي تم تخصيصها للفاعلين العسكريين (المجلس وأعضائه) جاء المجلس العسكري في الترتيب الأول بمعدل خمس ساعات و 44 دقيقة و 45 ثانية خلال شهر نوفمبر في البرامج الثلاثة، مقابل 54 دقيقة وسبع ثوان للمشير طنطاوي، يليه الفريق سامي عنان ( 8 دقائق و 28 ثانية) ثم اللواء حسن الرويني ( 4 دقائق) ثم اللواء محسن الفنجري ( 3 دقائق و 35 ثانية) وأخيرا اللواء ممدوح شاهين ( 30 ثانية)

### لماذا وكيف؟

نظرا لأهمية المرحلة الانتقالية في مصر، والدور الجوهرى الذي يلعبه الإعلام في هذا الوقت كانت الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان حريصة على رصد التغطية الإعلامية لكل من النظام القضائي والمجلس العسكري باعتبارهما الركيزتين الأكثر أهمية في وضع أسس الدولة الجديدة بعد ثورة 25 يناير ولأن طريقة تناول الإعلام ومدى الحرية والمسئولية التي يتمتع بها



تؤثر بقوة، سواء سلباً أو إيجاباً على الرأي العام وبالتالي على صنع القرار والخطوات الفعلية نحو بناء دولة ديمقراطية

فمن خلال نقل المعلومات والأخبار الدقيقة والهامّة خلال هذه المرحلة ونقل وجهات نظر مختلفة يمكن لجمهور الوسائل الإعلامية المختلفة تشكيل مواقفهم الخاصة بناء على معلومات ومعطيات واضحة وعلى الجانب الآخر كلما اعتمدت وسائل الإعلام على مصادر محدودة أو معلومات غير كاملة أو سيطر عليها القلق والخوف خلال نقل الأخبار خاصة تلك المتعلقة بالسلطتين الأكثر أهمية في المرحلة الراهنة (القضاء والمجلس العسكري)، كلما زاد تشويش الرؤية لدى الرأي العام وبالتالي ترك القرار فقط للمجلس العسكري والحكومة. وتم اختيار تلك الموضوعات لرصدها انطلاقاً من أن السلطات القضائية والتنفيذية بقيادة المجلس العسكري هي السلطات الأهم التي تتخذ القرارات ويفترض فيها أن تضمن العدالة للمواطنين خلال المرحلة التي يعاد فيها بناء الدولة المصرية على أسس ديمقراطية وتلك العملية الديمقراطية تأتي من خلال وتعتمد بالأساس على التفاعلات في الساحة السياسية وكيف تؤثر تلك التفاعلات على العملية الانتخابية

وفي كل هذا يلعب الإعلام دوراً هاماً فقد يسهم في توضيح الصورة للجمهور أو قد ينحرف في حالات أخرى لحسابات سياسية أو توجهات أو مخاوف من سلطات بعينها وهو ما يجعل لرصد الإعلام أهمية كبرى في مثل هذه المرحلة الحاسمة والفارقة في التاريخ المصري.

ومن العمل في عينة من وسائل الإعلام المصرية حرصت على أن يتوافر بها شرطان هما الانتشار وحجم الجمهور الذي تصل إليه الوسيلة الإعلامية كشرط

أول للاختيار بالإضافة إلى التنوع سواء في التوجهات العامة أو ملكية الوسيلة الإعلامية

وتتكون العينة التي تم اختيارها من صحف الأهرام والأخبار والمصري اليوم والشروق والوفد بالإضافة إلى مواقع اليوم السابع ومصرأوي وبوابة الأهرام والبديل وفي البرامج الحوارية يجري رصد كل من بلدنا بالمصري، على قناة "أون تي في"، والعاشرة مساء على قناة "دريم" بالإضافة إلى برنامج مباشر من مصر الذي تبثه الفضائية المصرية.

وتتم عملية الرصد والتقييم، بناء على نمطين من القياس أولا رصد كمي لقياس المساحات التي تم تخصيصها إعلاميا لمختلف الفاعلين في الساحة القضائية من قضاة ومحامين والمحاكم بدرجاتها المختلفة، أو في المجلس العسكري سواء المجلس بشكل عام أو أفراده ويكون القياس بالسنتيمتر المربع للصحافة وبالكلمة للمواقع الإلكترونية، وبالثانية للإعلام المرئي.

كما يتم قياس تكرار وتنوع الأبعاد القانونية التي تركز عليها التغطية والقضايا والموضوعات المرتبطة بالقضاء التي يناقشها الإعلام وكذلك عدد المرات التي يتم خلالها رصد المجلس العسكري وكيف يتم تقديمه للقراء وكيفية تناول الإعلام للمجلس وأعضاؤه والأخبار عنهم

**ثانياً:** الرصد الكيفي وهو محاولة البحث عن المضامين غير المباشرة التي تنقلها التقارير والتغطيات الإعلامية والعمل على تفسير وتحليل الموضوعات والحقائق المعروضة فيها من خلال استمارة للتحليل الكيفي، تعتمد بالأساس على مدى تكرار الانطباعات المختلفة عن الموضوعات وطريقة تناول ويقوم بإعدادها بالتناوب قرابة 25 راصدا في محاولة لتقليص الانحيازات الشخصية قدر الإمكان



### التغطية الإعلامية للمجلس العسكري في الصحف محل الرصد

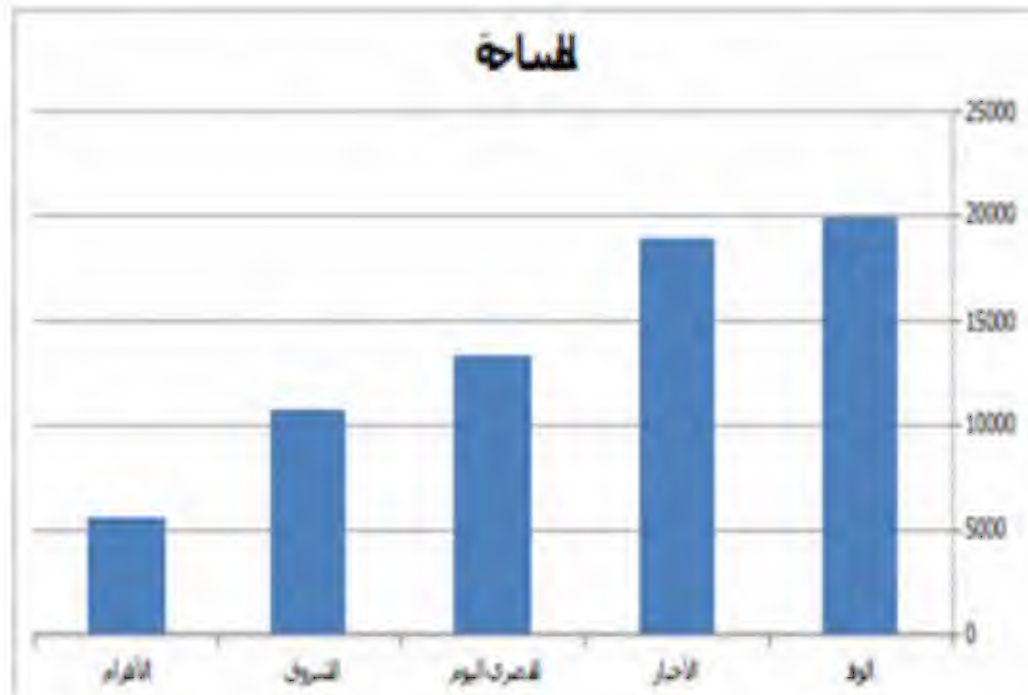
خلال الشهر الماضي، خصصت صحيفة الوفد المساحة الأكبر

(19832 سنتيمترا مربعا) من التغطية للمجلس العسكري مقارنة بباقي

الصحف محل الرصد، تلتها الأخبار ( 18789 سم) ثم المصري اليوم

(13234 سم) وبعدها الشروق ( 10693 سم) وأخيرا الأهرام بمعدل ( 5550

سم<sup>2</sup>) كما يتضح من الرسم البياني التاليين



وبالنسبة للموضوعات التي اهتمت الصحف بتغطيتها، اختلف ترتيب

الانتخابات على سلم الأولويات في الصحف المختلفة خلال الشهر الماضي، الذي

شهد بدء أول مرحلة في أول انتخابات مصرية بعد الثورة ويشير اهتمام الصحف

المختلفة وترتيب الانتخابات التي تأتي في المركز الثاني أو الثالث وليس الأول من

حيث الاهتمام في أغلب الأوقات إلى أن المؤسسات الإعلامية تختلف على تقييم

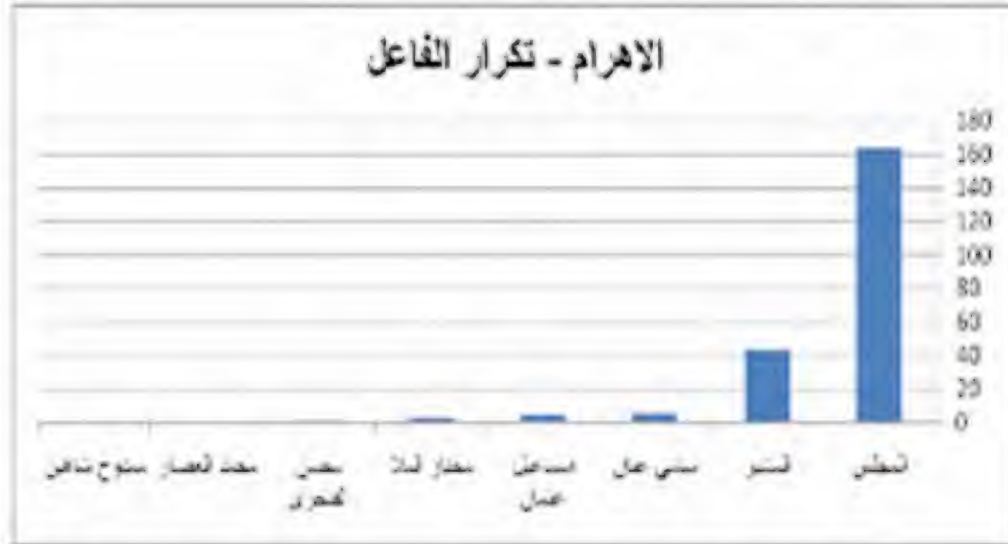
الأولويات للتغطية خلال الشهر الماضي، فمنها من يضع المظاهرات كأولى الأولويات وآخرون يعتبرون الأوضاع السياسية وطريقة الحكم، وهو ما يتعكس على عدد مرات تغطية كل منها للموضوعات المختلفة.

وكانت الأهرام التي حرصت على نقل تغطية مؤيدة للمجلس العسكري أكثر حرصاً على تغطية الانتخابات، يليها في الأهمية المظاهرات والاحتجاجات ثم السياسات وآليات الحكم في المركز الثالث ويوضح الرسم البياني التالي اهتمامات الأهرام من خلال الموضوعات التي ركزت عليها أكثر خلال الشهر الماضي

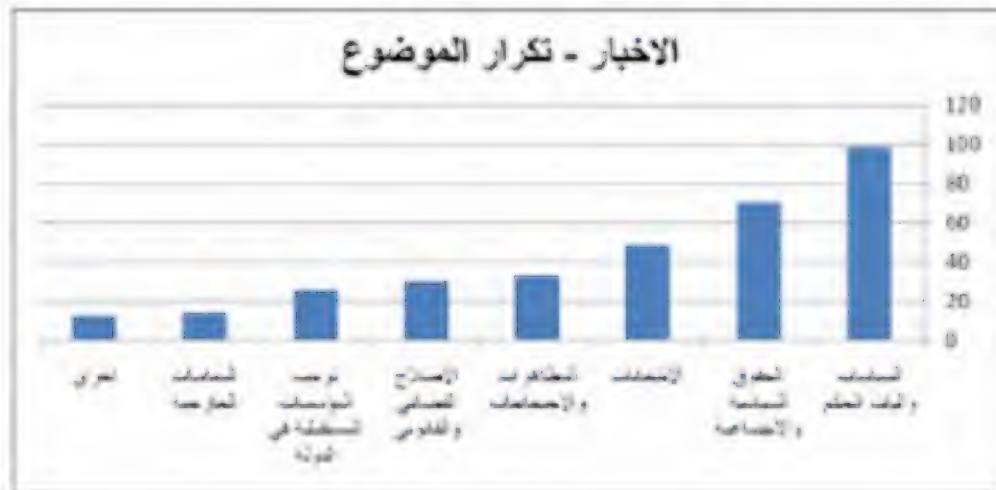


وفيما يتعلق باهتمامها بالفاعلين من المجلس العسكري، جاء المجلس عسكرياً موحداً على رأس المصادر في تغطية الأهرام ليحصل قرابة ثلاثة أرباع مساحة الفاعلين العسكريين في التغطية التي نشرتها الصحيفة، يليه في الترتيب المشير طنطاوي، ثم الفريق سامي عتات، وبعده اللواء إسماعيل عثمان ثم اللواء مختار الملا ويوضح الرسم البياني التالي تكرار الفاعلين العسكريين في تغطية الأخبار خلال الشهر الماضي



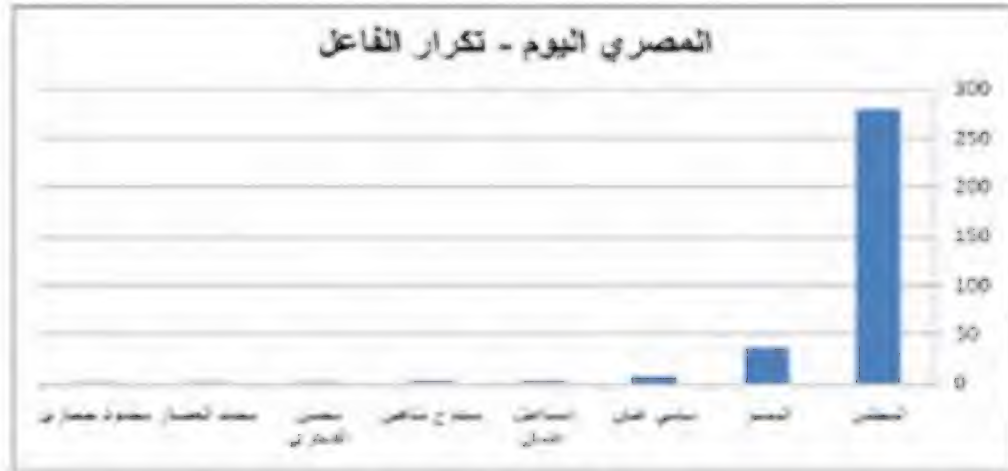


أما الأخبار، التي قدمت تغطية مؤيدة بقوة للمجلس العسكري، فقد وضعت على أولويات تغطيتها خلال الشهر الماضي، السياسات وآليات الحكم، يليها في المرتبة الثانية الحقوق السياسية والاجتماعية لتأتي الانتخابات في المستوى الثالث والمظاهرات في الترتيب الرابع من اهتمام الأخبار وعدد تكرار التقارير والأخبار لتغطية تلك الموضوعات، ويوضح الرسم البياني التالي اهتمامات الأخبار وأي الموضوعات تم التركيز عليها أكثر من غيرها:

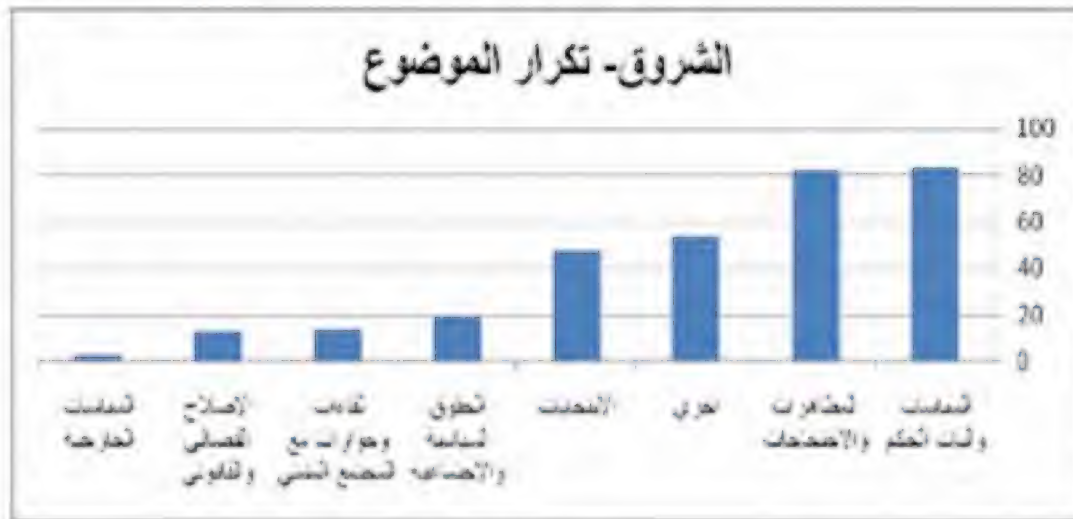


وبالنسبة لأهتمامها بالفاعلين من المجلس العسكري، جاء المجلس  
ككيان موحد على رأس المصادر في تغطية الأخبار ليحصل قرابة ثلاثة أرباع  
مساحة الفاعلين العسكريين في التغطية التي نشرتها الصحيفة، يليه في الترتيب  
المشير طنطاوي، الذي حصل على ثلاثة أضعاف باقي أعضاء المجلس الذين تم  
تمثيلهم كمصادر في تغطية الأخبار خلال شهر نوفمبر، يليه الفريق سامي عنان،  
ثم اللواء ممدوح شاهين يليه اللواء حمدي بدين ويوضح الرسم البياني التالي  
تكرار الفاعلين العسكريين في تغطية الأخبار خلال الشهر الماضي





وبالنسبة لاهتمامها بالفاعلين من المجلس العسكري، جاء المجلس  
 ككيان موحد على رأس تغطية المصري اليوم ليحصل قرابة أربعة أخماس مساحة  
 الفاعلين العسكريين في التغطية التي نشرتها الصحيفة، يليه في الترتيب المشير  
 طنطاوي وفي الترتيب الثالث من الفاعلين العسكريين جاء الفريق سامي عنان  
 الذي كان على رأس عدد من اللقاءات مع القيادات السياسية، ثم اللواء إسماعيل  
 عثمان بعده اللواء ممدوح شاهين ويوضح الرسم البياني التالي تكرار الفاعلين  
 العسكريين في تغطية المصري اليوم خلال الشهر الماضي



أما في الشروق فجاءت الانتخابات بعد تغطية السياسات وآليات الحكم وأيضاً بعد المظاهرات والاحتجاجات، فكما أولت الصحيفة بعض الاهتمام لموضوعات مناقش الحقوق السياسية والاجتماعية ولقاءات وحوارات المجلس العسكري والمجتمع المدني، وأيضاً الإصلاح القضائي والقانوني، وأخيراً خصصت بعض المساحات للسياسات الخارجية



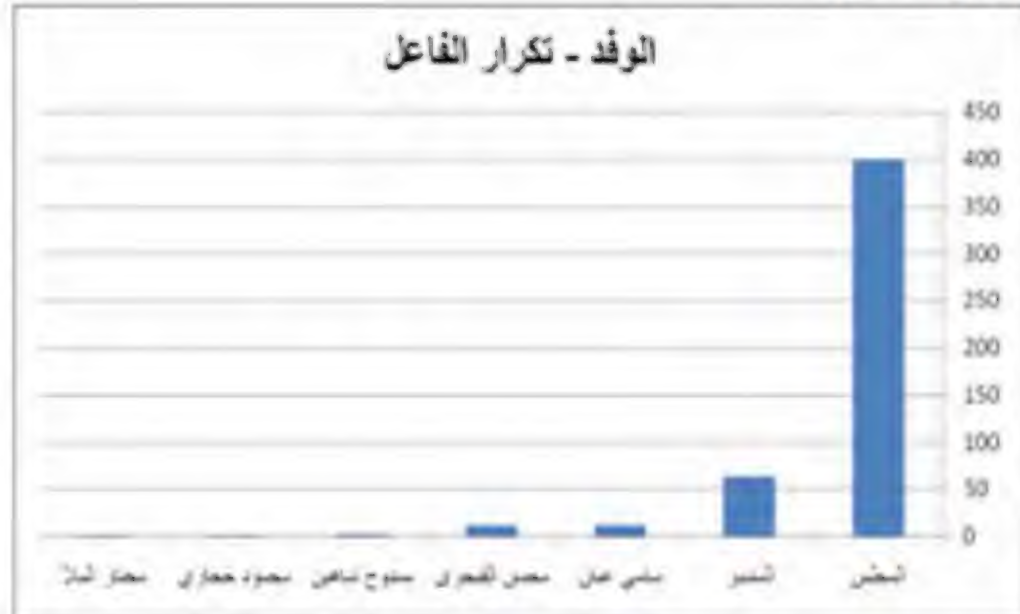




وفيما يتعلق باهتمامها بالفاعلين من المجلس العسكري، جاء المجلس ككيان موحد على رأس تغطية الوفد ليحصد قرابة ثلاثة أرباع التغطية التي نشرتها الوفد للمجلس الأعلى للقوات المسلحة، يليه في الترتيب المشير طنطاوي الذي أدلى بعدد من التصريحات وتمت تغطية تصريحاته ومواقفه المختلفة ولقاءاته على سبيل المثال مع مسئولين ليبيين وأمريكيين وفي الترتيب الثالث من الفاعلين العسكريين وفق تغطية الوفد جاء الفريق سامي عنان ثم اللواء محسن الفنجري ويوضح الرسم البياني التالي تكرار الفاعلين العسكريين في تغطية الوفد خلال الشهر الماضي







وخلال الرصد الكيفي للصحف طوال شهر نوفمبر، اتضح أن جريدة المصري اليوم انتهجت التغطية الإعلامية الناقدة للمجلس العسكري، خلال شهر نوفمبر، وظهر ذلك في 2/11 بتصريح المستشار زكريا عبد العزيز رئيس نادي القضاة الأسبق بأن المجلس العسكري وراء الأزمة بين القضاة والمحامين واتهام المجلس بالعمل على تأجيل محاكمة رموز النظام السابق، وفي العدد نفسه، نشرت الصحيفة بيان منظمة العدل الدولية تدين خلاله إحالة علاء عبد الفتاح إلى القضاء العسكري خاصة، وأن قواته كانت جزءاً من العنف في أحداث ماسبيرو وبالتالي لا ينبغي أن يتولى المجلس العسكري التحقيق في الوقائع وبخلاف ذلك اهتمت الصحيفة بالموقف من وثيقة المبادئ الدستورية التي كان يتولى التفاوض والنقاش حولها نائب رئيس الوزراء الدكتور علي السلمي، ورفض التيارات والأحزاب الإسلامية لها ومقاطعة اجتماع الدكتور علي السلمي رفضاً لمسودة المبادئ الأساسية للدستور

ومن بين المواقف التي أفردت لها المصري اليوم مساحة على صفحاتها، مقالاً لضيء رشوان أكد فيه أن نظرية المؤامرة هيمنت على قطاعات واسعة من النخبة المصرية، محملاً المجلس العسكري مسئولية الاضطرابات كما اهتمت بإبراز تصريحات محمد سليم العوا في 3/11 التي اعتبر فيها أن المجلس العسكري من خلال وثيقته المبادئ "يغتصب سلطة البرلمان، خاصة وأن مواده تعطي للمجلس سلطات واسعة" ومقال حسن نافعة أشار إلى أن وثيق التوافق الدستور تحتوي على لغم كبير دس المجلس العسكري، بالإضافة لتصريحات عصام سلطان رئيس حزب الوسط بأن المجلس سيصبح المتحكم في كل شيء بناء على الوثيقة المقترحة، وتصريحات متحدث باسم حزب الإصلاح حول أن المجلس العسكري والحكومة يستخفان بالمجتمع

وغيرها الكثير من الآراء الناقدة للوثيقة والمجلس والزج بصلاحيات واسعة للمجلس عبر الوثيقة التي كان الطرح الأساسي من القوى المدنية لها يركز على تنظيم مبادئ وضع الدستور الجديد كعقد جماعي بين كل مكونات الوطن وليس لضمان صلاحيات وسلطات غير محدودة للمؤسسة العسكرية. كما نشرت الجريدة أخباراً تنقل انتقادات للمجلس العسكري منها خبر بعنوان "معركة المبادئ الدستورية"، تناول بيان الجماعة الإسلامية والتي طالبت فيه المجلس العسكري بالتبرؤ من وثيقة المبادئ الدستورية التي وصفتها بالمشبوهة، وتصريحات المستشار محمود الخطيري بأن المجلس تغافل عن عهد إصدار قانون العزل السياسي، وتصريحات محمد سليم العوا مرشح الرئاسة المجلس العسكري بعنوان وثيقة السلمى ديكتاتورية حيث طالب المجلس العسكري بأن ينقضي صلتها بوثيقة مبادئ الدستور معتبراً أنها عمل يعرقل الانتخابات.



وفي الثامن من الشهر نفسه، جاءت الأخبار لتؤكد التغطية الناقدة للمجلس فيما يتعلق بالوثيقة وأيضا بالمحاكمات العسكرية وخاصة، قضية علاء عبد الفتاح، ومنها خبر بعنوان "الإسلاميون يواصلون الحشد لليوميات ضد الوثيقة"، تناول تصريح وحيد عبد المجيد الذي أكد فيها رفض البند الخاص بمعايير اختيار اللجنة التأسيسية والذي أعطى المجلس العسكري حق تشكيلها وآخر بعنوان "صحف أجنبية علاء عبد الفتاح كبش فداء" نقلت فيه المصري اليوم عن جارديان أن استهداف علاء ما هو إلا جزءا من استهداف منهجي للصحفيين والنشطاء من قبل المجلس العسكري

بالإضافة إلى ذلك نشرت الصحيفة خلال الشهر الماضي العديد من المقالات الناقدة للمجلس من بينها مقال مامون فندى في 9/11 بعنوان "مصر لعبة الثلاث ورقات انتقد فيه العسكري والإعلان الدستوري ومقال حسن نافعة بعنوان "هدم أم انقلاب أكد فيه أن المجلس تراخى في إصدار التشريعات اللازمة لتحقيق أهداف الثورة ومقال لخالد السرحاني في 18/11 بعنوان "متى ينتهي إضراب رجال الشرطة أكد فيها أن المجلس لم يقم بإعادة هيكلة جهاز الشرطة متمعدا ومقال محمود خليل في 20/11 بعنوان "الوارثون والذي أكد فيه أن المجلس العسكري لم يرفع سيف المحاكمات العسكرية عن رقاب الثوار.

وخلال الشهر نفسه، كانت "الأهرام الحكومية تقدم تغطية مؤيدة للمجلس العسكري، وهو ما ظهر من خلال نقلها للأخبار ونشر المقالات المؤيدة والتي تبرر موقف المجلس

وعلى سبيل المثال مقال 1/11 لأحمد كامل مرتجى بعنوان "بدائل المجلس العسكري أكد فيها أن المجلس هو الأحق والأجدر لقيادة المرحلة الحالية للبلاد، وهي النعمة نفسها التي تم الترويج لها قبل رحيل مبارك، حيث

التساؤل الذي كان يرددده الإعلام الرسمي على الدوام من يأتي بعد مبارك؟ والتأكيد على عدم وجود بدائل وأن الدولة تنتهي بنهاية حكمه، وهو الأمر الذي كثره الإعلام الرسمي مع المجلس العسكري خلال الشهر الماضي، الذي تصاعدت خلاله الانتقادات بسبب الوثيقة والسلطات التي يرغب المجلس في تجميعها في يد المؤسسة العسكرية، بخلاف القتل والاعتداء الذي حدث ويحدث ضد المتظاهرين والمحتجين من قمع ومحاكمات عسكرية، تم استبدال بعضها مؤخداً بمحاكمات استثنائية أخرى أمام نيابات ومحاكم أمن الدولة التي تعتمد على قانون الطوارئ الذي رفض المجلس حتى الآن تعليق العمل به.

ومن المقالات التي نشرتها الأهرام خلال الشهر الماضي، وتوضح التأييد الكامل من المؤسسة المملوكية رسمياً للشعب للمجلس العسكري مقال فاروق جوييدة 4/11 بعنوان "وكانت مصر قبل كل شيء" انتقد فيها عدم توافق القوى السياسية مع المجلس العسكري على حساب الدولة، ومقال 8/11 لفاطمة الزهراء بعنوان عندما يكون الحوار غير متكافئ دعت فيه لحوار متكافئ بين القوى السياسية والمجلس العسكري.

ومقال عبد المنعم سعيد في 9/11 بعنوان الانتخابات والأمن القومي أبرز فيه دور المجلس العسكري في حماية البلاد وإدارتها، ومقال للكاتب نفسه يوم 10/11 بعنوان النقاط فوق الحروف وتحتها شرح فيها المواد الدستورية وموقف القوات المسلحة في الدستور الجديد.

وثالث في 19/11 بعنوان صناعة المستقبل أكد فيها على ضرورة الانصياع لتعليمات العسكري في الفترة الحالية من أجل النجاح في إدارة البلاد

ومن بين الأخبار التي حرصت الأهرام على إبرازها، خبرا نشرته يوم 2/11 بعنوان المشير طنطاوي يلتقي بعبد الجليل لدعم التعاون بين مصر



وليبيا"، وخبر بتاريخ 16/11 بعنوان "دعم كامل لوزارة الداخلية في تأمين الانتخابات أبرز الخبر الدور الذي يلعبه المجلس العسكري لتأمين الانتخابات البرلمانية القادمة وتعمدت الصحيفة بشكل عام نشر الأخبار التي تبرز إيجابية المجلس وتجاهل انتقادات الثوار للمجلس العسكري ومطالبهم بتسليم السلطة، وعلى نهج الأهرام، كانت تغطية صحيفة الأخبار، مؤيدة في تغطيتها للمجلس، وهو ما ظهر من خلال ما تهتم بنشره من أخبار ومقالات رأي، وعلى سبيل المثال خبر نشرته في يوم 3/11 بعنوان "الفريق سامي عنان نعمل لإقامة دولة مدنية لا فرق فيها بين مسلم ومسيحي وآخر عنوانه "إصدار المشير طنطاوي قرار بالعفو عن 334 مسجوناً صدرت ضدهم أحكام نهائية"، في محاولة لتقديم أعضاء المجلس باعتبارهم الحامين لدنية الدولة وحقوق المواطنة وأيضا الاهتمام حتى بالسجناء الذين أدينوا بأحكام قضائية كما يتضح الانحياز من الترسيز يوم 4/11 حول تقديم المجلس باعتباره "يبحث السماح للمصريين بالتصويت خارج مصر"، وجاءت أخبار 5/11 بها تهاني بمناسبة عيد الأضحى ومنها خبر بعنوان "عصام شرف يهنئ المشير وعنان بحلول بعيد الأضحى"، وهو الخبر الذي يمكن القول بأنه "لا قيمة مهنية له على الإطلاق"، وفي 6/11 نشرت الصحيفة خبر مشابه بعنوان "تبادل المشير برقيات التهنية مع أمراء الدول العربية بمناسبة عيد الأضحى"، وصبيحة يوم 7/11 أبرزت الأخبار تقريراً بعنوان "المشير طنطاوي وعصام شرف يؤديان صلاة العيد بمسجد القوات المسلحة".

ووسط كل المشكلات المحلية والإقليمية أبرزت الصحيفة الحكومية خبراً في عددها الصادر يوم 11/11 بعنوان "المشير طنطاوي يهنئ رئيس الجولا بالعيد القومي لها

وفي محاولة لتهدئة الغضب المتصاعد في الشارع بسبب وثيقة المبادئ الدستورية والسلطات الواسعة المقترحة للمؤسسة العسكرية في الدستور الجديد اهتم الإعلام الرسمي، وبالنسبة لصحيفة الأخبار، بنشر معلومات عن اقتراب المجلس العسكري من إصدار تشريع باستبعاد رموز وقيادات الحزب الوطني المنحل وعزلهم من الحياة السياسية

ومع اقتراب الانتخابات، كانت التغطية بشكل عام تشمل إشادة بأي شيء يتعلق بالمجلس العسكري حيال العملية الانتخابية، واتهامات لمن يدعون لمقاطعة الانتخابات، رغم ضعف أصواتهم، مثل اعتبار أن هذه الدعوات محاولة "للوقيعة بين المجلس العسكري والقوى السياسية"، ومحاولة لعرقلة المسار الديمقراطي وغيرها من الاتهامات والإشارات إلى الأصابع الخارجية والتدخلات.

ومن بين الأخبار التي حرصت من خلالها الصحيفة على تقديم إيجابي للمجلس خبراً في عددها يوم 16/11 بعنوان "المشير في اجتماع بمجلس الوزراء" إجراء الانتخابات خطوة رئيسية لبناء مصر الديمقراطية، وآخر بعنوان "المشير ملنطاوي يلتقى وقائد القيادة المركزية الأمريكية حيث أشاد بإتاحة الفرص للمنظمات العالمية بمتابعة الانتخابات البرلمانية".

وفي 23/11 قامت الجريدة بتغطية إيجابية للمجلس رغم الاحتجاجات القوية في الميادين المصرية، والتي تطالب بتسليم الحكم لسلطة مدنية وعودة الجيش إلى مكانه

واهتمت الأخبار بالتركيز على خطاب المشير ملنطاوي وكذلك على اتفاق الفريق عنان مع 12 من رؤساء الأحزاب والمرشحين للرئاسة على جدول لتسليم السلطة، وتجاهلت الأخبار أن كثير من الأحزاب رفضت لقاء الفريق عنان أو لم تتم دعوتها للقاء كما تجاهلت أن المتظاهرين الذين خرجوا ضد



سياسات المجلس والعصمت على قتل المتظاهرين بل والتورط فيه، لا يتبعون تلك الأحزاب ولا تمثلهم

أما جريدة الشروق فحرصت في تغطيتها الإعلامية على تغطية الأخبار والآراء الناقدة بالمجلس، مثل تحذير الجمعية الوطنية للتغيير من "موجة عنف خلال الانتخابات"، وانتقادها المجلس عن الاستجابة لمطالب الثوار والمطالبة بإلغاء الطوارئ، ونشرت يوم 8/11 تقريراً بعنوان "السلمى وضع نفسه في موقف مثير للجدل والوسط العسكري يريد أن يسيطر على الحكم بشكل غير مباشر" كما نشرت تغطية لوقف احتجاجية في طلعت حرب لمطالبة العسكري بتسليم السلطة

كما نقلت ردود أفعال بعض مرشحي الرئاسة المحتملين على الوثيقة وفي إطار الحشد للبيوتية لرفضها، من بينهم عبد المنعم أبو الفتوح وانتقاده للمجلس العسكري ووصفه بالفاشل، ومحمد سليم العوا الذي أشار إلى أن المجلس يعمل بلا رقيب، مهددا بالعصيان المدنى ردا على ضبابية العسكري. وبعدها اهتمت الصحيفة بنشر أخبار الانتقادات لتصريحات المشير وشاهين حول الجيش والبرلمان، وصلاحياته وحول الاعتداء على المتظاهرين في التحرير

ومن بين المقالات التي نشرتها الشروق، مقال أحمد يوسف أحمد في 3/11 بعنوان "ضد التيار افكار حول النقل الفوري للسلطة الى القوى الوطنية" انتقد فيها أداء المجلس العسكري خلال المرحلة الانتقالية ومقال 6/11 لوائل قتديل بعنوان "التنصيب على الشهداء ومصايب الثورة"، ومقال سيد قاسم المصرى في 7/11 بعنوان "رسائل إلى المجلس العسكري أيها الاستبداد أبشر بطول سلام في مصر"، وفي 13/11 نشرت مقال معتز عبد الفتاح بعنوان "إدارة البلاد على

غير صالح العباد" وفي 17/11 مقال عماد الدين حسين بعنوان "مصر تحتاج كبتيرا تدور حول الانفلات الأمني ومسئولية المجلس العسكري".

أما بالنسبة لصحيفة الوفد، فحاولت أن تعطي انطبعا محايدا وركزت على "إيجابيات المجلس والخطوات التي يقرها، وعلى الجانب الآخر تفسح مساحة لنشر بعض الانتقادات

ظهر ذلك في خبر 5/11 بعنوان دعوى قضائية تطالب الجيش بالإشراف على الانتخابات وترشيح العسكري للرئاسة وفي 10/11 نشرت الوفد نص المبادئ الأساسية لاختيار الدستور ونص تعديلات المادتين 9 و 10 من وثيقة السلمى واهتمت بالدفاع عن موقف السلمى كما قدمت تغطية قوية لمظاهرات العباسية المؤيدة للمجلس العسكري.

وكانت الوفد هي مصدر الشرارة الأولى لاعتقال علاء عبد الفتاح واتهامه بسرقة سلاح وقتل جندي بالجيش، من خلال مقال نشرته حنان خواسك، التي طالبت في مقال آخر بتاريخ 14/11 المجلس العسكري بتحمل المسؤولية كاملة مؤكدة على قدرته على ذلك داخليا وخارجيا

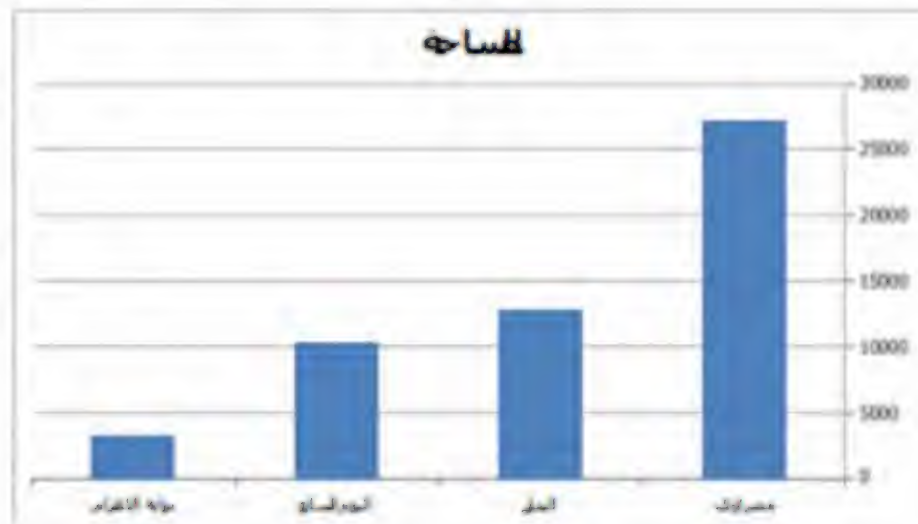
وعلى الجانب الآخر، نقلت الوفد انتقادات حازم صلاح أبو إسماعيل للمجلس العسكري وتوعده بمليونية 18 نوفمبر، ونشرت مقالا لأسامة أبو طالب في 8/11 اعتبر فيه أن المجلس العسكري هو المتسبب في المظاهرات والانفلات الأمني واهتمت بتغطية مظاهرات التحرير والاعتصام والانتقادات التي وجهها المعتصمون والمحتجون للمجلس العسكري



### التغطية الاعلامية للمجلس العسكري في المواقع الالكترونية

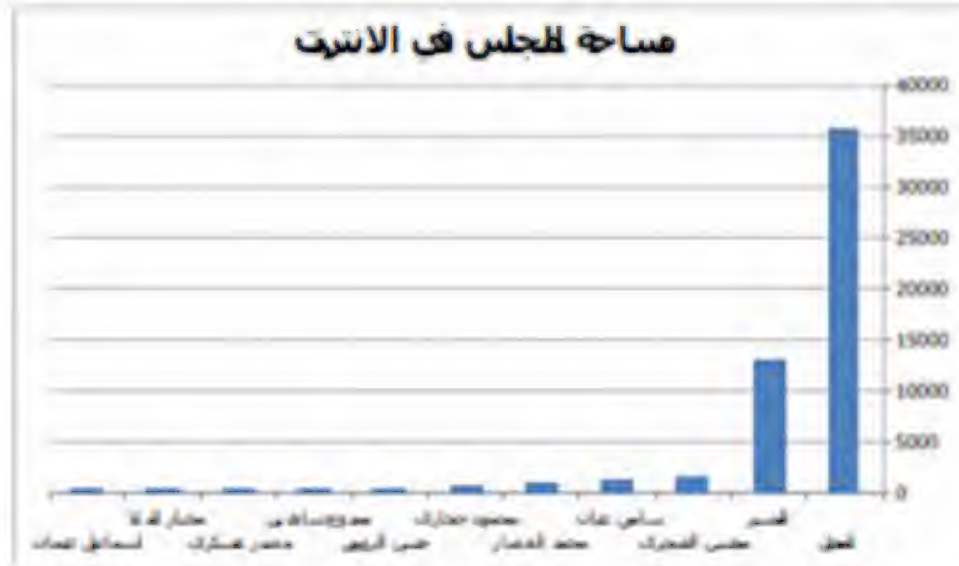
في المواقع الإلكترونية، كان موقع مصرأوي هو الأكثر تغطية للمجلس العسكري خلال ساعات الرصد طوال شهر نوفمبر بمعدل تخصيص 27096 كلمة يليه موقع البديل ( 12797 كلمة) ثم اليوم السابع (10217 كلمة) وأخيرا بوابة الأهرام (3047 كلمة)

ويوضح الرسم البياني التالي هذه النسب التي تم رصدها على مدار الشهر ولمدة ثلاث ساعات يوميا من التحديث في كل موقع من العينة محل الرصد



أما بالنسبة لعدد الكلمات التي تم من خلالها تغطية الضاعين العسكريين (المجلس ككيان وكل أعضائه بأسمائهم) فكانت المساحة الأكبر من التغطية من نصيب المجلس العسكري بمعدل 35472 كلمة يليه المشير طنطاوي بمعدل 12872 كلمة ثم اللواء محسن الفنجري الذي كان مصدراً في تغطيات خصصت لها المواقع محل الرصد 1257 كلمة يليه اللوات سامي عنان (1173 كلمة) ومحمد العصار ( 832 كلمة) ثم محمود حجازي وحسن

الرويني وممدوح شاهين ومختار الملا واسماعيل عثمان وفق ما يوضحه الرسم  
البياني التالي



وبالنسبة للموضوعات التي ركزت عليها تغطيات المواقع الإلكترونية المختلفة يتضح تراجع ترتيب الانتخابات في التغطية المتعلقة بالمجلس العسكري والتي بدأت في نهاية شهر نوفمبر، واختلف ترتيب الاهتمام بها من موقع لآخر. ففي موقع اليوم السابع اتضح من خلال الرصد الكمي أن السياسات واليات الحكم، جاءت على رأس الاهتمامات يليها الإصلاح القضائي والقانوني ثم الحقوق السياسية والاجتماعية وفي الترتيب الرابع جاءت المظاهرات والاحتجاجات، تليها الانتخابات في الترتيب الخامس من حيث تكرار عدد الأخبار التي تناقشها.

ويوضح الرسم البياني التالي نسب اهتمام اليوم السابع بمختلف الموضوعات





وبالنسبة لتغطية علاقة المجلس العسكري بالجهات المختلفة في الدولة

من حكومة ومتظاهرين ومجتمع مدني سواء منظمات أو أحزاب، فكانت تغطية

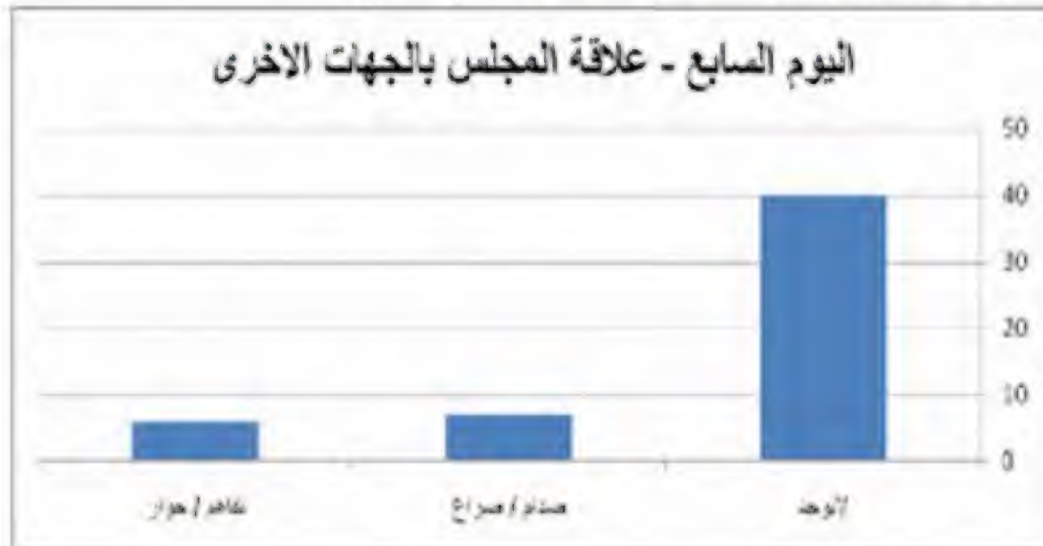
اليوم السابع أميل للتركيز الأخبار التي لا تشمل جهات أخرى مع المجلس

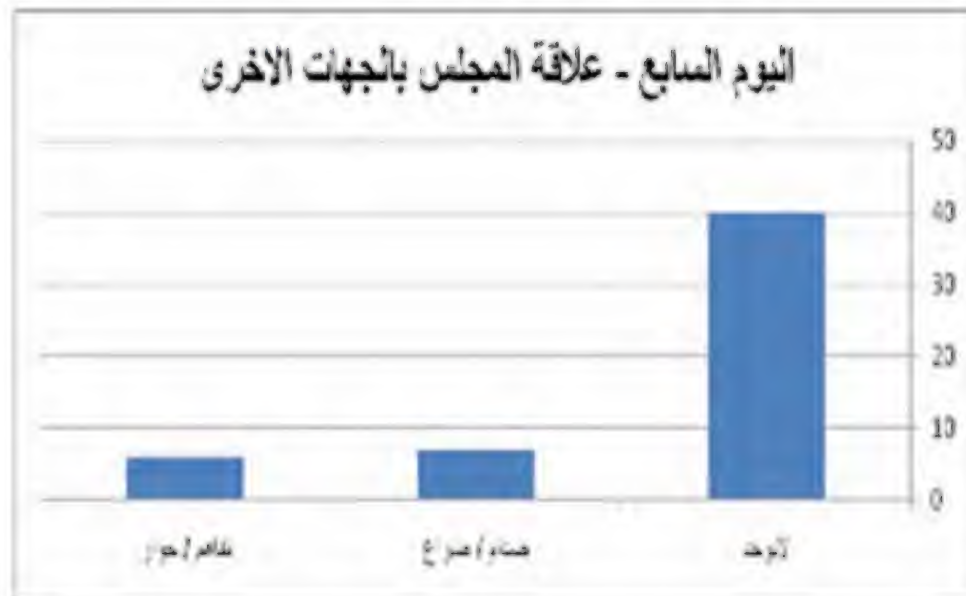
وبالتالي لا يوجد بها أي نوع واضح من العلاقات، بينما يليه في الترتيبين الثاني

والثالث وبمعدل متقارب للغاية تأتي الأخبار والتقارير التي يعكس خلالها أو

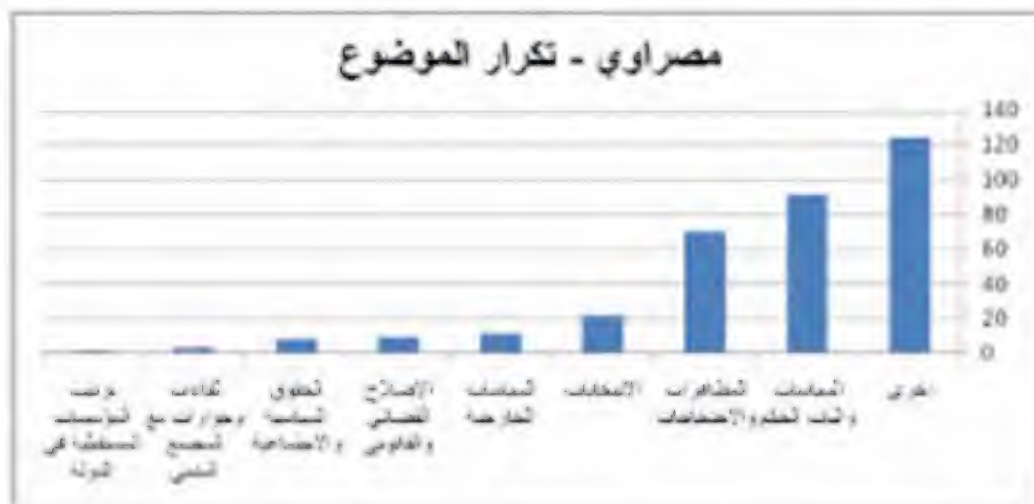
صداما، وتلك التي تعكس تفاهما أو حوارا بين المجلس والجهات الأخرى التي يتم

تغطيتها في الخبر وفق ما يوضحه الرسم البياني التالي





وفي موقع مصرراوي، جاءت أيضا السياسات وآليات الحكم، على رأس الاهتمامات يليها المظاهرات والاحتجاجات، ثم الانتخابات في الترتيب الثالث من حيث تكرار عدد الأخبار التي تناقشها ويوضح الرسم البياني التالي نسب اهتمام موقع مصرراوي بمختلف الموضوعات





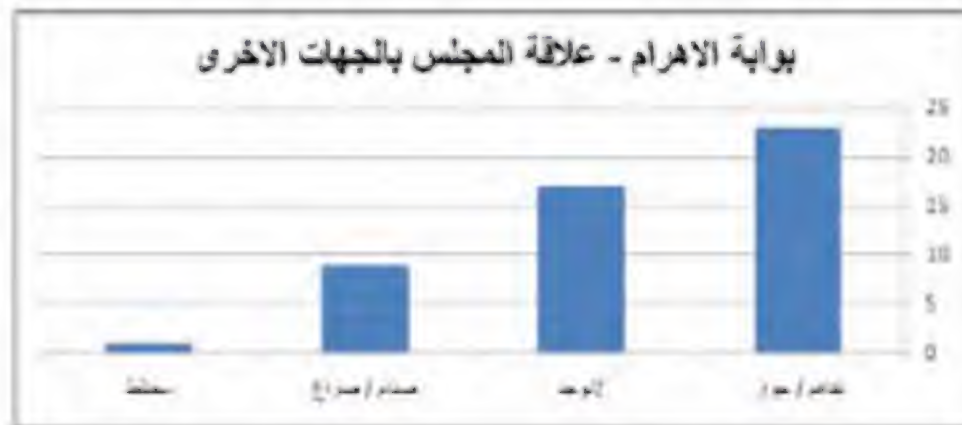
وفي إطار تغطية علاقة المجلس العسكري بالجهات المختلفة في الدولة من حكومة ومتظاهرين ومجتمع مدني سواء منظمات أو أحزاب، فكانت تغطية مصراوي أميل للتركيز المتوازن على كل من الأخبار التي تعكس الاختلاف أو الصدام بين المجلس وباقي الجهات، يليه بفارق ضئيل جدا الأخبار والتقارير التي تعكس نوعا من الحوار أو التفاهم بين المجلس وباقي الجهات، وفي الترتيب الثالث جاءت الأخبار التي لا تشمل جهات أخرى مع المجلس وبالتالي لا يوجد بها أي نوع واضح من العلاقات، وفق ما يوضحه الرسم البياني التالي



ويعكس الأهرام الورقية، التي تصدرت الاهتمامات فيها تغطية الانتخابات وعلاقتها بالمجلس العسكري، تراجع اهتمام بوابة الأهرام بعلاقة المجلس بالانتخابات لتأتي في الترتيب الرابع من الاهتمام بعد السياسات وأليات الحكم، والمظاهرات والاحتجاجات، والسياسات الخارجية ويوضح الرسم البياني التالي نسب اهتمام بوابة الأهرام بمختلف الموضوعات لدى تغطيتها للمجلس العسكري خلال شهر نوفمبر



وفي إطار تغطية علاقة المجلس العسكري بالجهات المختلفة في الدولة من حكومة ومتظاهرين ومجتمع مدني سواء منظمات أو أحزاب، كانت تغطية بوابة الأهرام أميل للتركيز على الأخبار التي تركز على الحوار أو التفاهم بين المجلس وباقي الجهات، أو أخبارا لا تشمل جهات أخرى مع المجلس وبالتالي لا يوجد بها أي نوع واضح من العلاقات، ليأتي في الترتيب الثالث الأخبار التي تعكس صداما أو خلافا مع المجلس، وفق ما يوضحه الرسم البياني التالي



وبالنسبة لموقع البديل، جاءت الانتخابات وعلاقتها بالمجلس العسكري، في الترتيب الرابع كما هو الحال في بوابة الأهرام، بينما جاءت المظاهرات والاحتجاجات في الترتيب الأول بفارق كبير عن باقي الموضوعات المختلفة، وفي المركز الثاني كان الاهتمام بالسياسات وأليات الحكم، يليه ترتيب المؤسسات المستقبلية في الدولة ويوضح الرسم البياني التالي نسب اهتمام البديل بمختلف الموضوعات لدى تغطيته للمجلس العسكري خلال شهر نوفمبر





وفي إطار تغطية علاقة المجلس العسكري بالجهات المختلفة في الدولة من حكومة ومتظاهرين ومجتمع مدني سواء منظمات أو أحزاب، كانت تغطية البديل أميل لتقديم الأخبار التي تشمل صراعا أو تضادا في الإرادات بين المجلس العسكري وباقي الجهات وهو ما شكل قرابة نصف تغطية الموقع للمجلس العسكري خلال نوفمبر، وجاء في الترتيب الثاني علاقة الحوار أو التفاهم بين المجلس وباقي القوى ويوضح الرسم البياني التالي علاقة المجلس بالجهات الأخرى في الدولة كما ظهر في تغطية البديل



وخلال الرصد الكيفي الذي اعتمد بالأساس على تجميع الانحيات المختلفة طوال الشهر، اتضح أن موقع البديل اعتمد على الأسلوب النقدي لأداء المجلس العسكري، ويتضح ذلك في المقالات التي يهتم الموقع بنشرها، مثل مقال وليد عثمان في أول نوفمبر الذي اعتبر فيه أن المجلس العسكري تسلم مصر في فبراير وطننا موحدًا وحولها إلى فرق ومقال لهشام سلماوي أكد فيه أن ثمانية أشهر من المماطلة والتسويف والطوارئ جعلت الكثير يرى أن المجلس العسكري لن يسلم السلطة، ومقال آخر للكاتب نفسه بعنوان "العسكري سيد قراره"، ومقال لوفاء إسماعيل بعنوان "البيعة للعسكر فوق جبل عرفات وآخر لنادر فرجاني بعنوان هل يعاني المجلس الأعلى للقوات المسلحة من القصاص

هذا بالإضافة إلى نوعية الأخبار التي ينشرها الموقع، والتي انضج من خلال الرصد الكمي أنها تعبر عن علاقات تصادم أو خلاف بين المجلس والجهات الأخرى التي تتحدث عنها الأخبار، فكما هو الحال بالنسبة لتصريحات خالد السيد ممثل ائتلاف شباب الثورة الذي طالب فيها المجلس العسكري بسرعة إنهاء الفترة الانتقالية وتسليم البلاد لهيئة مدنية منتخبة وخبرا نشره الموقع يوم 3/11 بعنوان الغضب الثانية وحملة أبو إسماعيل يحشدان لمليونية 18 نوفمبر ودعوات الاعتصام مفتوحة حتى رحيل العسكري"، واختارت البديل بعكس غيرها من المواقع أن تبرز الهتافات المناهضة للمجلس العسكري في عناوين تغطياتها للمظاهرات المختلفة: مثل "المئات يشاركون في مسيرة دوران شبرا لدار القضاء و يهتفون يسقط يسقط حكم العسكر"، ووقفه احتجاجية لمصابي الثورة بالتحريض يحمل العسكري مسئولية عدم علاجهم ورقدتهم من وظائفهم و"مليونية للمطالبة برحيل المجلس العسكري

واستمر تركيز البديل على رفض المحاكمات العسكرية للمدنيين ومن بين التغطيات خبرا نشره الموقع يوم 6/11 بعنوان "الناشطة من سيف تتحدث عن محاكمة علاء ولا للمحاكمات العسكرية و ثورة أمهات المعتقلين و كشف العذرية بالإضافة إلى التغطية المستمرة لمحاكمة علاء سيف وإضراب والدته عن الطعام ثم قبوله الرد على محكمة أمن الدولة العليا طوارئ، والدفاع عن نفسه باعتبارها محكمة مدنية رغم كونها استثنائية

وقام الموقع بتغطية أحداث التحرير والهجوم على المتظاهرين وجاءت عناوين الأخبار: مثل "مطالبة المتظاهرين بمحاكمة المسئولين عن الهجوم وإسقاط المجلس العسكري و"العضو الدولية العسكري فشل في الوفاء بوعوده ومسئول عن قائمة من الانتهاكات تجاوزت سجل مبارك و"أبو إسماعيل في



رسالة للمشير وعنان مفيش قدامكوا غير أن تركبوا الطائرة وتمشوا"، بالإضافة لأخبار تناولت نقد إدارة المجلس العسكري لالزمة.

أما موقع اليوم السابع، فاستفى بعرض الأخبار المتعلقة بالمجلس العسكري بشكل محايد وظهرت الأخبار غير الناقدة في خبر 2/11 بعنوان إصدار المشير قرار بالعضو ل 344 شخصا ، وفي 6/11 اهتم الموقع بفرد مساحات لتهتة القوات المسلحة للشعب المصري بعيد الأضحى.

وفي مواقف أخرى تعكس تأييدا أو موقفا إيجابيا مثل خبرا بعنوان المشير يبحث دعم التعاون مع ليبيا خلال لقائه برئيس المجلس الانتقالي"، والأخبار عن تكوين عمرو موسى مجلسا استشاريا يضم عددا من مختلف القوى السياسية وممثلين من المجلس العسكري، وبالنسبة للأخبار الناقدة للمجلس، نقل الموقع تصريحات ومواقف بعض القوى مثل تصريح محمد مرسى رئيس حزب الحرية والعدالة والتي اتهم فيها العسكري بتجاهل الاستفتاء، وخبرا بعنوان تأييز القضاء العسكري يتحدى شباب الثورة واتهمت الصحيفة وفقا للموقع المجلس العسكري بالسيطرة على المرحلة الانتقالية هذا بالإضافة إلى تغطية لوقفات مختلفة في عدد من عواصم العالم للتضامن مع المتظاهرين في التحرير ومن أجل استكمال الثورة بعنوان "عواصم العالم تشهد اليوم العالمي للتضامن من أجل الدفاع عن الثورة المضرة

وفيما يتعلق بالتحيزات ونوع الأخبار التي نقلها موقع بوابة الأهرام خلال شهر نوفمبر، عرض الموقع كافة الآراء والأخبار الخاصة بالمجلس العسكري، وخاصة الإيجابية منها حتى وإن كانت أخبارا غير هامة ومن بين ما نشره الموقع خبرا بعنوان "عبد الجليل في القاهرة في أول زيارة له بعد مقتل القذافي"، ونقل فيها الموقع أن رئيس المجلس الانتقالي الليبي التقى بالمشير

طنطاوى لبحث سبل تفعيل العلاقات بين البلدين، دون تفاصيل عن اللقاء أو معلومات عن تفعيل العلاقات وطريقاتها وأيضا خبرا بعنوان "المشير يهنئ القوات المسلحة بمناسبة حلول عيد الأضحى" و"المشير طنطاوى يتبادل التهاني مع ملوك الدول بمناسبة عيد الأضحى" و"المجلس الأعلى للقوات المسلحة يهنئ الشعب المصرى بعيد الأضحى المبارك" و"المشير طنطاوى يهنئ رئيسة ليبيريا بإعادة انتخابها وبرقيات شكر وثقة للمجلس العسكرى من مصريين بأمريكا وكندا

كما حرص الموقع على نقل الأخبار عن وثيقة السلمى وردود الأفعال عليها ومن بينها الرفض لها والاستعدادات للمليونىة التي ترفضها ومن بين تلك التغطيات جاءت عناوين: مثل "القوى السياسية تمنح العسكرى والحكومة مهلة حتى الأربعاء للتراجع عن وثيقة السلمى"، و"بالفيديو البرادعى للعسكرى ليس لديكم خبرة فى إدارة البلاد سلموا السلطة وعودوا لتكناتكم لحماية الوطن و"آيمن نور نريد جيش لمصر ولا نريد مصر للجيش" والسياسات المالية تكره الشعب فى الثورة .

أما موقع مصرأوى، فقد لاحظ أنه حاول أن نقل عدد من الأخبار التي تبدو تطمينية للمخاوف من استمرار العسكرى فى السلطة: مثل "مصدر رفيع المشير سيتقاعد فى هدوء بعد تسليم السلطة"، مؤكدا أن المشير لا ينوى الترشح وأن المجلس لن يرشح عسكرى لمنصب الرئاسة و"مشاورات بين الحكومة والمجلس العسكرى حول أزمة وثيقة السلمى"، و"مصدر أمريكى مطلع مصر دولة قوية جدا والعسكرى سيسلم السلطة"، ونقل الخبر تأكيد مصدر فى السفارة الأمريكية ثقه بلاده فى المجلس ودعمها الكامل له

هذا بالإضافة إلى نشر خبرا بعنوان "سليمان الجيش هو الجهة الوطنية الوحيدة المؤتمنة على مصر"، ناقلا رفض عمر سليمان الهجوم على

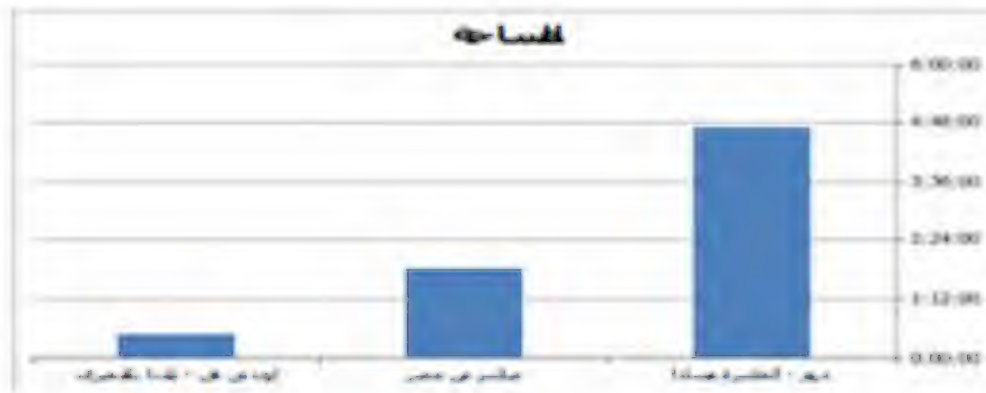


المجلس العسكري والضغط عليه ومطالبته بأن يكون إصلاح سياسات المجلس بالحوار معه كالحوار مع الأشقاء

وفي المقابل، نشر الموقع أخباراً ناقدة للمجلس مثل دعوى قضائية ضد المجلس العسكري تطالب بحل نادي القضاء، وخبر إدانة منظمة العفو الدولية لإحالة الناشط علاء عبد الفتاح إلى القضاء العسكري وعناوين مثل "مركز حقوقى أحداث ماسبيرو أسوأ كارثة بعد نكسة 67"، والذي انتقد فيه مدير مركز القاهرة للمجلس العسكري واعتبر أنه السبب الرئيسي في تراجع الثورة وأن الفرق بين مصر وتونس هو أن المجلس العسكري في مصر يرغب في تحقيق مكاسب خاصة مما أدى لتعثر الثورة وفي 11/12/13 كانت جميع الأخبار ناقدة لسياسات للمجلس وتعبير عن رفض وثيقة السلمى ومنها خبر بعنوان "شباب الثورة يشارك في جمعة تسليم السلطة و يدرس الاعتصام في التحرير لحين تحقيق مطلب وضع جدول زمني لنقل السلطة وآخر بعنوان "الإخوان تؤكد مشاركتها في مليونية الجمعة القادمة" وذلك لرفضها وثيقة السلمى وينودها التي تعطي للمجلس العسكري سلطات واسعة وفي 17/11 تم نقد المجلس العسكري في عدة أخبار منها خبر بعنوان "البرادعي تعيش فترة انتقامية وليس انتقالية" والذي انتقد فيه البرادعي إدارة العسكر للبلاد ومطالب المجلس بمراجعة سياساته ودعم الثورة

### التغطية الإعلامية للمجلس العسكري في البرامج التلفزيونية

في تغطيتها للمجلس الأعلى للقوات المسلحة، جاء برنامج العاشرة مساء الذي تبثه قناة دريم في مقدمة البرامج محل الرصد التي خصصت مساحة للمجلس بمعدل أربعة ساعات و 41 دقيقة وسبع ثوان خلال شهر نوفمبر، مقابل ساعة و 48 دقيقة و 13 ثانية في برنامج مباشر من مصر (الفضائية المصرية) و 26 دقيقة وخمس ثوان في بلدنا بالمصري (أون تي في) ويوضح الرسم البياني التالي تلك النتيجة

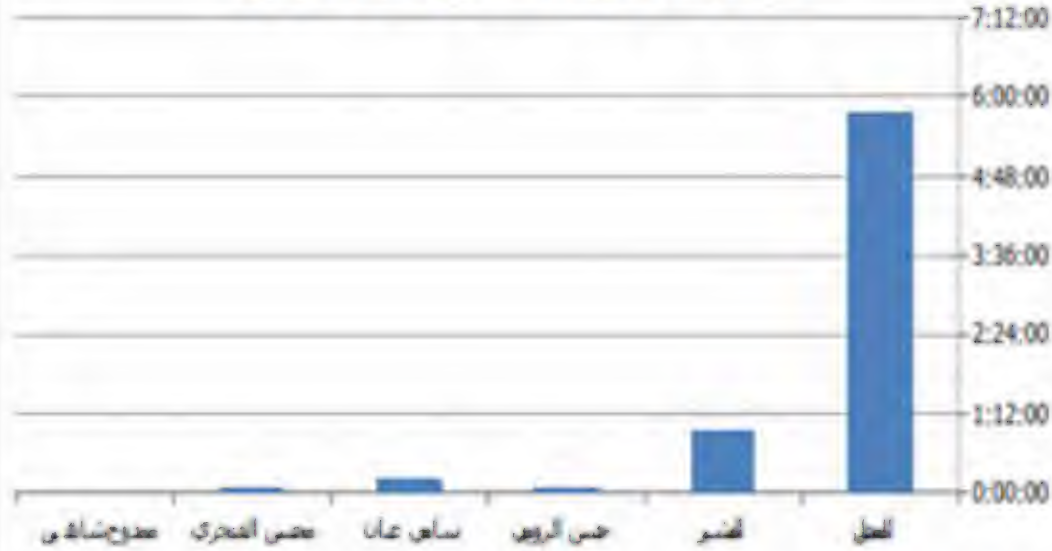


وحول المساحات التي تم تخصيصها للفاعلين العسكريين (المجلس وأعضائه) جاء المجلس العسكري في الترتيب الأول بمعدل خمس ساعات و 44 دقيقة و 45 ثانية خلال شهر نوفمبر في البرامج الثلاثة، مقابل 54 دقيقة وسبع ثوان للمشير طنطاوي، يليه الفريق سامي عنان (8 دقائق و 28 ثانية) ثم اللواء حسن الرويني (4 دقائق) ثم اللواء محسن الفنجري (3 دقائق و 35 ثانية) وأخيرا اللواء ممدوح شاهين (30 ثانية)، وفقا لما يوضحه الرسم البياني التالي

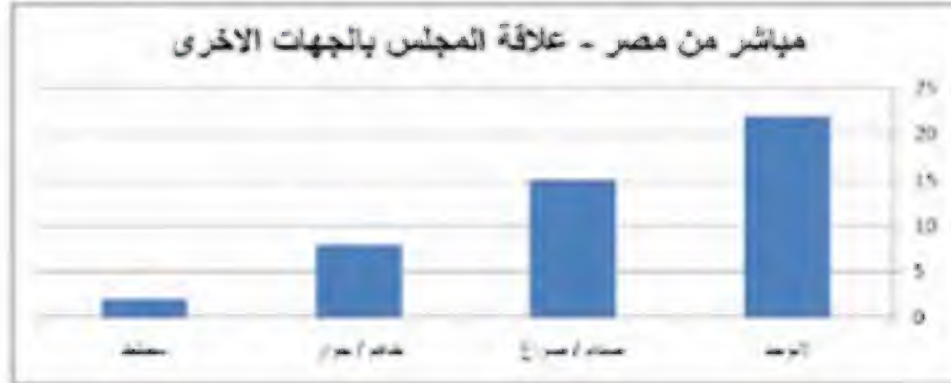


وفيما يتعلق بتغطية البرامج المختلفة للعلاقة بين المجلس العسكري

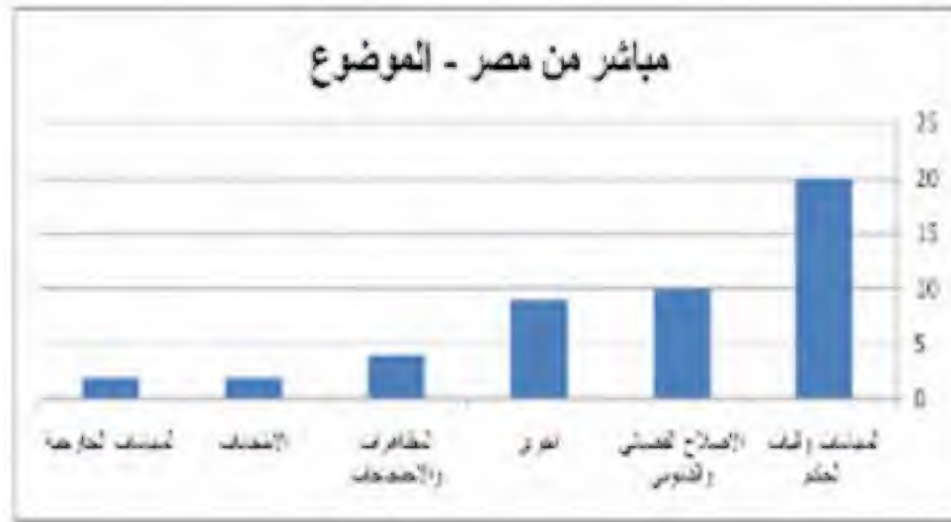
### مساحة الفاظ العسكري في البرامج



وباقى الجهات في في الدولة المصرية، كان برنامج مباشر من مصر أميل للتغطية الخيرية التي لا يكون فيها أي تحديد لصراع أو توافق بين المجلس وباقي القوى أو تقديم الأخبار دون ذكر أي جهات أخرى في الخبر بخلاف المجلس العسكري وفي الترتيب الثاني، ناقش البرنامج الأخبار التي بها مواقف صدام أو خلاف بين المجلس وبين جهات وقوى أخرى في مصر، يليه في الترتيب - وفق الرصد للبرنامج طوال شهر نوفمبر الأخبار التي تعبر عن توافق أو حوار بين المجلس وجهات أخرى وهو ما يتضح في الرسم البياني التالي



وبالنسبة للموضوعات التي ناقشها "مباشر من مصر"، خلال تغطيته للأخبار المتعلقة بالمجلس العسكري، جاءت السياسات والليات الحكم على رأس الاهتمامات يليها الإصلاح القضائي والقانوني، ثم المظاهرات والاحتجاجات تليها الانتخابات وأخيرا السياسات الخارجية، وفقا ما هو موضح في الرسم البياني التالي:



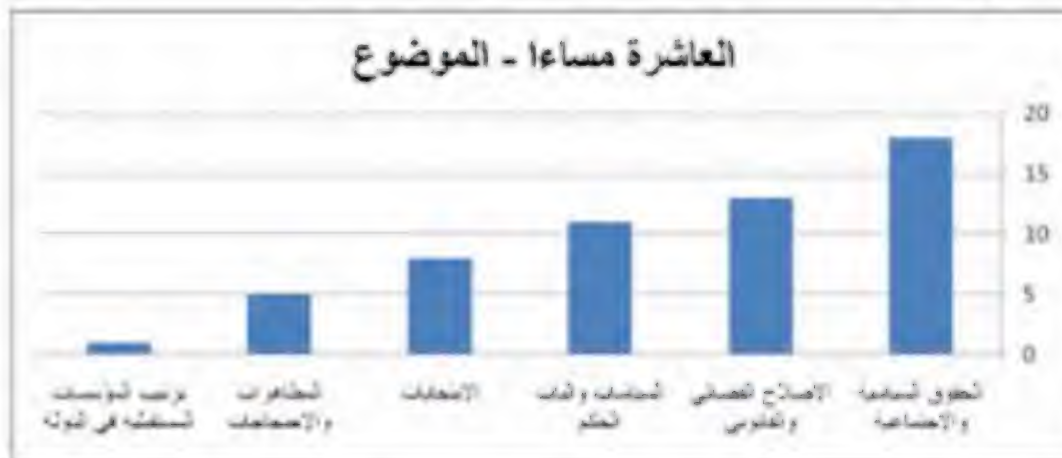
وفي برنامج العاشرة مساء، حرص البرنامج على عدم تناول العلاقة بين المجلس وباقي القوى في أغلب التغطية التي قدمها خلال نوفمبر، مقدما 4 تقارير عن تفاهم أو حوارات بين المجلس وقوى سياسية خلال الشهر، بينما عرض تقريرين اثنين لم تكن العلاقة بين المجلس والجهات الأخرى فيهما واضحة فكانت



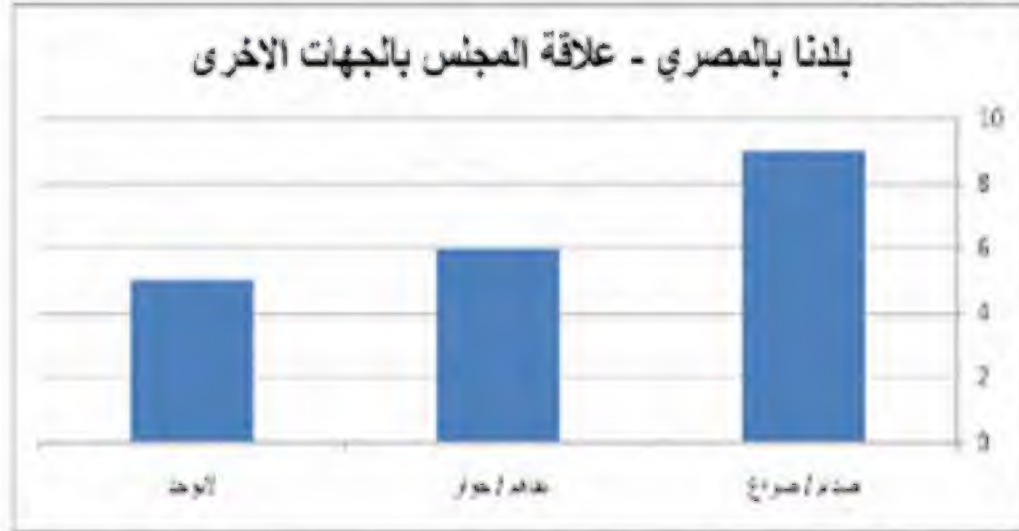
مزيجاً من الحوار والتعارض بينما لم يعرض أي صدام أو خلاف واضح في أي من تقاريره



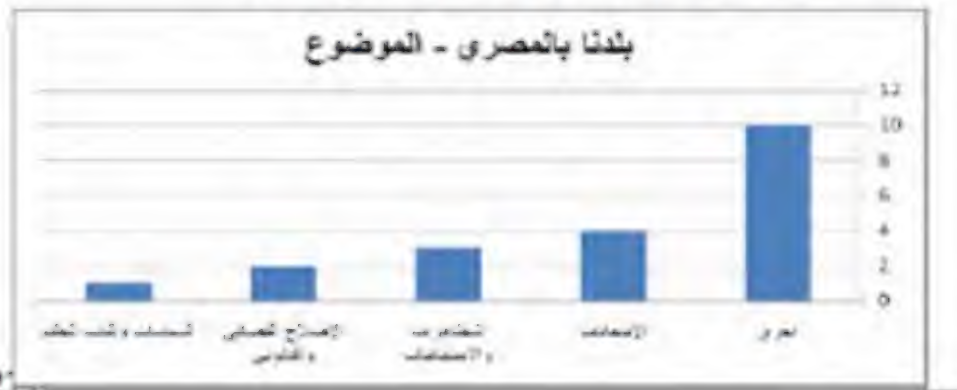
وبالنسبة للموضوعات التي ناقشها البرنامج خلال تغطيته للأخبار المتعلقة بالمجلس العسكري، جاءت الحقوق السياسية والاجتماعية على رأس الاهتمامات يليها الإصلاح القضائي والقانوني، ثم السياسات واليات الحكم، وبعدها الانتخابات في الترتيب الرابع وخامسا تأتي المظاهرات والاحتجاجات تليها أخيرا ترتيب المؤسسات المستقبلية للدولة وفقا ما هو موضح في الرسم البياني التالي



واختلف ترتيب عرض نوعية العلاقات بين المجلس وباقي القوى في برنامج بلدنا بالمصري، حيث جاءت الأخبار التي تنقل خلالها أو صراعا في الترتيب الأول، يليها أخبار التفاهم والحوار بين المجلس والقوى المختلفة، وأخيرا الأخبار التي لا تطرق لأي جهات أخرى خلال عرضها، ويوضح الرسم البياني التالي نتيجة رصد تغطية البرنامج للمجلس العسكري في علاقته بباقي القوى خلال شهر نوفمبر



وبالنسبة للموضوعات التي ناقشها "بلدنا بالمصري" خلال تغطيته للأخبار المتعلقة بالمجلس العسكري، جاءت الانتخابات في المقدمة، يليها المظاهرات والاحتجاجات، ثم الإصلاح القضائي والقانوني، وأخيرا آليات وسياسات الحكم، وفقا لما هو موضح في الرسم البياني التالي





أما بالنسبة، للتحليل الكيفي خلال الشهر للبرامج الثلاثة محل الرصد، اتضح أن التغطية الإعلامية في برنامج العاشرة مساءً على الأسلوب النقدي للمجلس العسكري، وهو ما ظهر على سبيل المثال في حلقة 13/11 حيث طرحت تساؤلات حول حملة المشير رئيساً وما إذا كان المجلس موافق أم لا وطالبته بتوضيح موقفه، وانتقد الدكتور عمار على حسن ضعف الإرادة السياسية لدى المجلس العسكري للإطاحة بالنظام القديم

وأيضاً تناولت حلقة يوم 15/11 نقد الوثيقة الدستورية للدكتور السلمي، خاصة فيما يتعلق بأنها تعطي المجلس العسكري صلاحيات أعلى من الحكومة، وفي حلقة 21/11 أكد سليم العوا في حوار مع منى الشاذلي أن المجلس العسكري هو مبارك.

أما برنامج بلدنا بالمصري فقد اهتم بعرض جميع الأخبار التي تتناول أو تصدر عن المجلس العسكري دون تدخل، حيث عرض في 31/10 تصريحات يسرى حماد المتحدث الرسمي باسم حزب النور بأن المجلس العسكري وعد بقانون العزل السياسي خلال 27 ساعة و لم يحدث وبالتالي يصبح البيان الذي أصدره المجلس كأن لم يكن وفي 28/11 عرض البرنامج تصريحات الناشطة عابدة سيف الدولة الناقدة للعسكري والرافضة للانتخابات في ظلها لأنها ستنتج برلماناً بلا صلاحيات، هذا بخلاف أنها تأتي سط سبل لدماء المتظاهرين في التحرير، وفي المقابل كان الرأي الآخر الذي مثله الناشط وائل خليل والذي اعتبر أن الشعب لديه فرصة في انتخاب القوى السياسية المناسبة مما يمكن استخدامه لاحقاً لترجيح كفة الشعب وقيادته المدنية المنتخبة في مواجهة المجلس العسكري

وحاول برنامج مباشر من مصر تقديم تغطية محايدة للمجلس العسكري حيث نقل مثلاً خبراً في حلقة يوم 12/11 "فاينانشيال تايمز" المجلس

العسكري يجعل الثورة المصرية في خطر" ومقل أيضا اتهام الدكتور أحمد أبو بركة المستشار القانوني لحزب الحرية والعدالة للمجلس بالتخلي عن أهداف الثورة.

هذا في مقابل أخبارا وتقارير مؤيدة للمجلس من بينها تحركات وقرارات المجلس وتصريحات أعضائه، وتأكيد السفارة الأمريكية بالقاهرة أن المجلس سيسلم السلطة لحكومة مدنية منتخبة، وتأكيدات رئيس الوزراء السابق عصام شرف أن قانون الإفساد السياسي في طريقة للصدور، ثم الإعلان عنه بعد صدوره

### تحليل النتائج الخاصة بالبرامج الثقافية

من خلال الدراسات الميدانية التي تمت من قبل العديد من المؤسسات البحثية في المجال الإعلامي لقياس مدى تأثير الإعلام الثقافي والبرامج الثقافية على جمهور المتلقين، يمكن استنتاج أن نسبة البرامج الثقافية التي تبث في القنوات الفضائية العربية هي جيدة، رغم التباين الواضح بين فضائية وأخرى، ففئة دبي تكاد تنعدم فيها البرامج الثقافية، بينما نجد قنوات أخرى تقدم برامج ثقافية نوعية وكمية

❖ تؤشر الدراسة إلى تراجع البرامج الثقافية ذات المضمون الأدبي لصالح البرامج ذات المضمون الفنية كالغناء والموسيقى والسينما والرقص والتمثيل، وكذلك الثقافة العامة

❖ يلاحظ ازدياد نسبة البرامج الثقافية التي تبث بشكل مباشر، حيث بلغت حوالي 46%، قياساً بالسنوات الماضية ففي دراسة كمال الحاج لم تتعدى نسبتها 3%، مما يعني تفاعلها الإيجابي مع التطور، فالبث المباشر يحقق أهداف الرسالة الإعلامية بشكل أكثر إيجابية فهو يشجع على التفاعل بين القائمين بالاتصال والمتلقين، ويحفز القائمين بالاتصال على تطوير كفاءاتهم، ويسمح للمتلقين بالتعبير عن أفكارهم ومساهماتهم الإيجابية



- ❖ وجدت البحوث تنوع القوالب الفنية في البرامج الثقافية، كما نجد التنوع في نفس البرنامج الواحد، مما يدل على مراعاة التطور وذوق المشاهد ومزاجه كي لا يصاب بالملل من استمرار نفس القالب طيلة البرنامج
- ❖ ازدياد استخدام الأسماء الأجنبية في تسمية البرامج الثقافية، ففي العينات التي شملها البحث نجد أسماء البرامج التالية:

- توب ستار Toop Star
- FM TV
- Trait Union
- Sinamatik
- Studio 24

- ❖ توزعت البرامج الثقافية على أيام الأسبوع، وجاء يوم السبت في المقدمة حيث بلغت نسبة البرامج الثقافية التي تبث يوم السبت بـ 17%، يليه الاثنين بنسبة 15% والأحد بنسبة 14%، ومن ثم أيام الخميس والجمعة بنسبة 13%، فالثلاثاء بنسبة 10%، ووجود يوم السبت في المقدمة لربما يفسر ذلك بكون بعض الدول العربية تكون عطلتها الأسبوعية السبت والأحد

ونشير في نفس الوقت إلى أن المتلقين يفضلون يوم الجمعة بنسبة 24.5% والسبت بنسبة 20% والأحد بنسبة 17% والخميس بنسبة 15% كأفضل الأيام لمشاهدة البرامج الثقافية، أي يوجد انسجام نسبي باستثناء يوم الاثنين حيث تقدم به نسبة جيدة من البرامج وهي 15% بينما جاء ترتيب الجمهور له فقط بنسبة 10%.

- ❖ معظم البرامج تقدم أسبوعياً ويكرر بعضها مرة على الأقل، حيث تجاوزت البرامج الثقافية التي تقدم أسبوعياً الـ 70%، حيث لا تتحمل هذه البرامج أن تكون يومية كونها تحتاج إلى التهيئة والإعداد الجيدين، ومع ذلك توجد برامج يومية تحوي مضامين ثقافية لا بأس بها وجاءت نسبتها 18%.

❖ أما موسيقى المقدمة التتر فكانت الموسيقى الشرقية هي السائدة بنسبة 36 تليها الموسيقى الغربية بنسبة 23 فالكلاسيكية بنسبة 20 فالفولكلورية بنسبة 13 ونلاحظ مجيء الموسيقى الغربية بالدرجة الثانية مما يعني زيادتها قياساً بالفترات الماضية

❖ طول الفترة الزمنية لتقديم البرامج الثقافية كانت بحدود 60 دقيقة بنسبة كبيرة هي 48%، يليها 30 دقيقة بنسبة 19%، ويحدود 90 دقيقة بنسبة 15% ويعتقد 90 من القائمين بالاتصال بأنه زمن مناسب للبرنامج الذي يساهم به ونجد أن 60 دقيقة هي فترة زمنية مناسبة حيث تتيح تقديم مادة جيدة من ناحية الكم، ولا تبعث الملل لدى المتلقين

❖ كان مضمون البرامج الثقافية هي على التوالي، المضامين الثقافية العامة والمضامين الخاصة بالتثقيف والتوعية العامة هي المضامين الرئيسية كونها كانت بحدود 28%، تليها المضامين الفنية كالسينما والمسرح والموسيقى والغناء والرقص بنسبة 13%، أما المضامين الأدبية فجاءت بنسبة 12 وكذلك المضامين الخاصة بالموضوعات التراثية والتاريخية بنفس النسبة، بعدها المضامين الفكرية بنسبة 10 و الفنون التشكيلية بنسبة 10 والموضوعات الوثائقية بنسبة 8%.

نلاحظ انحسار نسبة المضامين الأدبية على حساب المضامين الثقافية

العامة والفنية بينما كانت تشكل نسباً أكبر في السابق

❖ تؤشر نتائج البحث إلى ازدياد استخدام اللهجة المحلية في سياق تقديم البرامج الثقافية، فهناك 74 من البرامج تستخدم اللهجة المحلية منهم 25% يستخدمها بكثرة و 35 بشكل متوسط و 40 يستخدمها أحياناً والغريب في الأمر أن الجمهور فضل أن تقدم البرامج الثقافية كخليط بين الفصحى والعامية بنسبة 61 و 33 فقط يفضل الفصحى، وتعتبر نسبة عالية خصوصاً



في البرامج الثقافية التي يفترض أن تكون باللغة الفصحى وبالنسبة للجمهور صوتاً 6 لصالح اللهجة المحلية

❖ وحول استخدام المصطلحات والكلمات الأجنبية فكان 57 من البرامج يستخدمها، ومن هذه النسبة يوجد 17 يستخدمها بكثرة و 30 بشكل متوسط و 53 يستخدمها عند الضرورة

❖ وحول طبيعة الجمهور الذي تستهدفه البرامج الثقافية، جاءت عامة الجمهور بنسبة 52 والمتقنين بنسبة 20 فالنخبة بنسبة 11، وفئات الطلبة والشباب 9 والنساء 6 والمهاجرين 2 فقط أي أن معظم البرامج تتوجه إلى عامة الجمهور وهذا شيء جيد، لكن نلاحظ قلة البرامج الثقافية الموجهة لفئات النساء والشباب

❖ تستضيف 88 من البرامج الثقافية شخصيات وضيوف، منها 38 تستضيف شخص واحد، و 21 شخصان و 17 ثلاثة أشخاص و 24 أكثر من ثلاثة أشخاص، يساهم المقدم والمعد باختيارهم بنسبة 27 للمعد و 22 لمقدم البرنامج و 42 من الضيوف يتم اختيارهم بالتشاور، ونعتقد أن هذه نتيجة جيدة أما طبيعة الضيوف فكانت نسبة 33 من الاختصاصيين و 27 من الأساتذة الأكاديميين و 15 من موظفي الدولة و 14 ضيوف من خارج البلد و 7 من عامة الناس

❖ أما جهة إنتاج البرامج الثقافية فيمكن القول بأن معظمها من إنتاج جهات حكومية ولكن النتائج البحثية كانت 60 جهة حكومية و 24 جهة خاصة و 10 قطاع خاص و 6 قطاع مشترك، والسبب يعود ككون العينة حوت قناة فضائية خاصة هي البغدادية مما أثر على النسبة التي لولاها لكانت نسبة الإنتاج من الجهات الحكومية هي السائدة

- ❖ مكان التصوير داخل الاستوديو هو بنسبة 48 وخارجه بنسبة 17 ومختلط 35 بنسبة 80 من داخل الاستوديو، مما يعني أن معظم التصوير هو في داخل الاستوديو وهذا شيء طبيعي كون طبيعة البرامج الثقافية قد تستدعي ذلك في معظم الأحيان
- ❖ تستعين 77 من البرامج الثقافية بوسائل الإيضاح كالأفلام المسجلة والصور التوضيحية والكرافيك الخ
- ❖ وكان الديكور المستخدم طبيعي واقعي بنسبة 29 ونسبة التراثي 23 أما نسبة الديكور الذي يتناسب مع طبيعة البرنامج فكانت 35 ، أما الذي يستخدم التكنولوجيا الحديثة بنسبة 13 ، أما الجمهور فكانت خياراته 46 يتناسب مع موضوع البرنامج و 27 يفضلون الديكور الحديث ويستخدم التكنولوجيا المعاصرة و 19 يفضلون التراثي و 8 يفضلون التقليدي هنالك تجانس نسبي بين خيارات الجمهور وطبيعة الديكور المستخدم لكننا نجد أن نسبة من يفضل الديكور الحديث من الجمهور أعلى مما هو موجود
- ❖ معظم البرامج الثقافية يقدمها شخص واحد وكانت النسبة 43%، أما شخصان فكانت نسبتها 30 ، وهي نسبة طبيعية تليها ثلاثة فأكثر، أما جنس المقدم فكانت لصالح المرأة بنسبة 43 والرجل 19 ورجل وامرأة 38%، مما يعني أن للمرأة نسبة جيدة مما يؤشر بأنها أخذت تأخذ دورها الطبيعي في هذه البرامج المهمة
- ❖ 73 من القائمين بالاتصال يعتقدون بأن البرامج الثقافية تحظى بمتابعة الجمهور، أما دراسة أسباب إحجام البعض عن متابعتها فكانت المؤشرات كالتالي 21 يعزى الأسباب لتفضيل الجمهور لبرامج المنوعات وبرامج التسلية، و 20% لانخفاض درجة ثقافة بعض الأفراد، و 13 لتوقيت عرض البرامج الثقافية الغير مناسب، و 11 لابتعاد الموضوعات المطروحة عن اهتمامات الجمهور، تأتي بعد



ذلك: 8 لتدني المستوى الفني و 8 لقلة الإمكانيات المخصصة للإنتاج، و 8 لرتابة الموضوعات وهي أسباب واقعية محتملة

❖ توجد مشاركة جماهيرية بالبرامج خصوصاً التي تبث مباشرة بنسبة 20% مشاركة جيدة و 32 متوسطة و 16 قليلة و 32 لا توجد مشاركة، وكانت أوجه المشاركة متنوعة كطرح الأسئلة وتقديم المقترحات أو الأجوبة أو طلب بعض الفقرات الثقافية

❖ ويرى القائمون بالاتصال بأن الأهداف التي ينبغي أن تعمل البرامج الثقافية على تحقيقها هي تنمية القيم الإنسانية والحضارية بنسبة 20 وتعريف الجمهور بالقضايا الثقافية بنسبة 19 والانفتاح على الثقافات العالمية 17 وتنمية الحس الجمالي 13، وتعزيز الانتماء والهوية الثقافية بنسبة 11، وتأتي الأهداف الأخرى في الأخير وهذه النسب تقترب مع رأي المتلقين حيث جاءت نسبة تنمية القيم الإنسانية والحضارية ب 25,6، والانفتاح على الثقافات العالمية بنسبة 24,3، وتعزيز الانتماء والهوية الثقافية بنسبة 16,8، وتعريف الجمهور بالقضايا الثقافية بنسبة 14,3.

❖ تواجه عملية إنتاج البرامج الثقافية بعض الصعوبات فقد أشار 78 إلى وجود صعوبات منها 22 إدارية و 35 مالية و 19 تقنية و 13 عدم توفر الكوادر البشرية المؤهلة و 14 عدم تعاون القائمين على الإنتاج نجد أن الصعوبات المالية قد أشرت في أكثر البحوث التي درست ذلك، مما يعني أن السبب المالي بحاجة إلى التوقف والدراسة الجادة، خصوصاً أن الدراسة الميدانية المباشرة أكدت ذلك

❖ لا زالت مسألة تقييم البرامج غير خاضعة لمنهج مدروس ف 26 من البرامج لا يوجد تقييم لها ومن التي يجري لها تقييم نجد أن 7% يجري التقييم كل شهر، و 17 كل 4 أشهر، و 6 كل ستة أشهر، و 17 كل سنة، و 33 لا يتبع أي أسلوب محدد للتقييم

والتقييم يقوم به مدير الفضائية بنسبة 50 ، ورئيس القسم بنسبة 20، والمعد أو المخرج بنسبة 20، وفقط 10 أشاروا إلى وجود لجنة خاصة للتقييم أما الأساليب الأخرى فهي من خلال الاجتماعات الدورية أو رسائل الجمهور أو الأصدقاء

كما أكد لنا العديد من الذين التقيناهم أنه لا يوجد تقييم دقيق بل هو رهن أمزجة المدراء وقناعاتهم الشخصية

❖ أكد 92 من القائمين بالاتصال بأن انتشار القنوات الفضائية أثر على البرامج الثقافية من ناحيتي المضمون والشكل، فأخذت تقدم بشكل أكثر جاذبية وبأسلوب إخراجي أفضل وأصبحت المشاركة الجماهيرية أوسع أما من ناحية المضمون فأخذت البرامج تعالج موضوعات أكثر جدية وعصرية، ويمكن الاستعانة بمعلومات لم تكن متاحة سابقاً، وأمكن تقديم موضوعات ذات طابع عالمي بشكل أكثر وأفضل

❖ يمكن الاستنتاج بأن البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العربية التي خضعت للدراسة قد أولت مساحة واهتمام أكبر للتوظيف الثقافي في المجال الفني أو المضمون الفني، ومن ثم المضمون الأدبي ومن ثم النقدي ويعدده الفكري



### تحليل النتائج الخاصة بالقائمين بالاتصال

- ❖ وجد البحث أن معظم القائمين بالاتصال هم من الأعمار الناضجة والنشطة وهي من 25 سنة إلى 45 سنة، حيث يمثلون نسبة 62٪، ومن 46 سنة إلى 55 سنة يمثلون نسبة 27٪، مما يعني أن نسبة كبيرة هي في عمر العطاء والنشاط.
- ❖ كانت نسبة النساء من القائمين بالاتصال هي 43.3 وهي نسبة عالية مقارنة بالدراسات السابقة وتعطي مؤشراً إيجابياً.
- ❖ المستوى العلمي والتحصيل الدراسي كان بمستوى جيد فنلاحظ أن حملة البكالوريوس -الليسانس- والماجستير كانوا بنسبة عالية حيث بلغت نسبة حملة الماجستير 21.5 والبكالوريوس 59.5، بالإضافة إلى أن نتائج البحث أوضحت بأن 51٪ من القائمين بالاتصال لديهم فترة عمل وخبرة بين 6 إلى 10 سنوات وهي نسبة عالية وكل ذلك يؤشر إلى قدرات وكفاءات جيدة يتمتع بها القائمين بالاتصال.
- ❖ كما أن نسبة عالية منهم يجيدون لغات أخرى غير العربية كالإنكليزية والفرنسية.
- ❖ أن نسبة من لديهم فترة عمل لأكثر من خمس سنوات عالية، مما يعني أن لديهم خبرة جيدة في مجال البرامج الثقافية.
- ❖ ووجد البحث أن نسبة من يمتلكون جهاز حاسوب مربوط بشبكة الإنترنت وجهاز استقبال دس عالية جداً، مما يتيح لـ القائمين بالاتصال من مواصلة الإطلاع ومتابعة المستجدات عربياً وعالمياً في مجال الثقافة وبرامجها ويعني أيضاً أن نسبة التعاطي والتعامل مع التكنولوجيا الحديثة قد ازداد بشكل ملحوظ، بينما قل الاعتماد على المكتبات الخاصة واقتنائها.

- ❖ شارك 62 من القائمين بالاتصال في دورات تدريبية، تناولت هذه الدورات مواضيع في الإلقاء، قواعد اللغة، دورات فنية، لغات أجنبية، تدريب على الحاسوب والتقنيات الحديثة، دورات متخصصة في مجال الإعلام والاتصال
- ❖ أما مصادر ثقافة القائمين بالاتصال فكانت القنوات الفضائية والإنترنت في المقدمة، بعد ذلك الصحافة العربية والعالمية والمحلية، مما يعني تغيراً كبيراً في مصادر الثقافة التي كانت معتمدة سابقاً وأصبح الإنترنت و القنوات الفضائية هي المصدر الرئيسي
- ❖ كانت عينات الدراسة متجانسة ومتقاربة العدد من حيث التخصص الفني من مخرجين ومعلمين ومقدمين لبرامج الثقافية، وهي حوالي الثلث لكل تخصص
- ❖ الوضع الاقتصادي للقائمين بالاتصال كان بين الجيد والمقبول، وهذا يعني أن المستوى الاقتصادي لهم دون المستوى المطلوب، حيث يحتاج هؤلاء إلى الاستقرار الاقتصادي والمستوى الجيد لكي يستطيعوا تطوير قدراتهم وقابلياتهم الثقافية والفنية
- ❖ يمكن القول أن معظم القائمين بالاتصال في البرامج الثقافية في العينات التي درست يتمتعون بمستوى أكاديمي جيد وخبرة عملية جيدة ولديهم بالضرورة قدرات فنية تؤهلهم لتقديم برامج ثقافية

#### تحليل النتائج الخاصة بالجمهور المتلقين

- ❖ كان المستوى الثقافي والعلمي لعينات الجمهور جيد، حيث بلغت نسبة حاملي شهادة البكالوريوس 50 والماجستير 15، ويعمل قسم منهم في مجال الإعلام لذا يمكن أن تكون إجاباتهم ذات صواب، حيث تعتمد البحث أن يختار متلقين يهتمون أصلاً بمتابعة البرامج الثقافية وكان 82 منهم يهتم بمتابعة البرامج



الثقافية، منهم 37 يتابعها باستمرار و 53 يتابعها أحياناً، علماً أن لبعضهم مشاركات فيها

❖ 56 من المشاهدين يفضلون أوقات مشاهدة البرامج الثقافية من الساعة السادسة حتى العاشرة ليلاً، و 33 منهم يفضل بعد الساعة العاشرة حتى الثانية بعد منتصف الليل، وأفضل الأيام هي الجمعة بنسبة 24.5 ثم السبت بنسبة 20.3 فالأحد بنسبة 17 فالخميس 15.2 والاثنين 10.1، وهنا نشير إلى أن بعض الدول العربية تكون عطلتها الأسبوعية هي السبت والأحد وليس الجمعة

❖ يفضل المتلقين مشاهدة البرامج الثقافية ذات المضامين الثقافية العامة بنسبة 24 وذات المضامين الفنية بنسبة 21 والبرامج التي تعنى بالتراث والتاريخ بنسبة حوالي 20 وذات المضامين الأدبية بنسبة 19 والبرامج التي تهتم بالعلوم بنسبة 16.1، ورغم أن الاهتمامات متقاربة لكننا نجد أن نسبة الاهتمام بالأدب قد انخفضت وزاد الاهتمام بالمضامين الفنية والثقافة العامة

❖ يرى الجمهور أن الأسباب التي تجعل البعض يحجم عن مشاهدة البرامج الثقافية هو شكل تقديم البرامج الغير جذاب بنسبة 15.4، وضعف الأداء لمقدمي البرامج بنسبة 15.2 وهناك من يعزى ذلك إلى تدني المستوى الثقافي للبعض بنسبة 14.2، السبب الآخر تفضيل الجمهور لبرامج المنوعات والتسلية بنسبة 12.8، والبعض يجد أن الموضوعات الثقافية المطروحة مكررة بنسبة 9.3 وتأتي الأسباب الأخرى بعد ذلك

❖ 22 من المتلقين يتابعون البرامج الثقافية لأنهم يهتمون بالثقافة أصلاً و 20 يتابعونها كونه ترفد وتنمي لديهم الوعي الإنساني، و 13.4 لأنها تقدم لهم معلومات لا تتوفر في مجالات أخرى، و 1.1 يتابعونها لأنها برامج جادة وتأتي

الدوافع الأخرى بعدها كمتابعة النشاطات الثقافية والحصول على معلومات وكونها تجعل الحياة أكثر متعة

❖ فضل الجمهور قنوات العربية 18٪، والجزيرة 12.6٪ في الاختيار الأول رغم أن القناتين من القنوات الفضائية الإخبارية، والأم بي سي 8٪ والحررة 8٪، ثم الفضائية المصرية 6٪ والبغدادية 6٪، هالنيل الثقافية 4.2٪، ودبي 4٪، والأل بي سي 4٪، وكل من السورية والعراقية وأبو ظبي والفيحاء ودريم 2٪ بنسبة 3.5٪ لكل منهم، الشرقية بنسبة 2.8٪ وتونس 2.5٪، والجزيرة الثقافية والأم بي سي 4.7٪ لكل منهما، وقطر والحررة والديار 1٪ لكل منهم هذا يعني أن القنوات الفضائية الإخبارية لها عناصر جذب، كما أنها تقدم برامج ثقافية نوعية من ناحيتي الشكل والمضمون رغم قلتها

❖ فضل الجمهور برنامج رواق كأفضل برنامج ثقافي وهذا البرنامج يستحق ذلك بكل فخر لما يمتاز به من خصائص تتعلق في المضمون وشكل التقديم والذي يعكس قدرات مقدم البرنامج وتأثيره الكبير على نجاح البرنامج.

### الاستنتاجات وأهم النقاط التي يشير إليها البحث

خلص البحث إلى جملة من الاستنتاجات التي يمكن أيجاز أهمها كما يلي

يلي

- لا يوجد مشروع ثقافي عربي واقعي وحقيقي، رغم أن جهوداً بذلت ومؤتمرات عدة عقدت، لكنها لا زالت تدور في فلك الأمل البيروقراطية والمؤسسات الغير ثابتة والتي تتغير وفق أجندات سياسية وإدارية.
- أن القنوات الفضائية العربية أصبحت اليوم مصدراً مهماً للاتصال وللثقافة وللتكوين والإعداد الجماهيري لما تملكه من مزايا، وأصبح التلفزيون أحد المكونات الثقافية بل ويتحكم في انتقاء مضامينها، ولذلك سمات إيجابية إذا أحسن



استثماره وسلبية إن تم تقديم ثقافة سطحية هابطة لا ترتقي بالمتلقين إلى أفاق مشرقة.

▪ أن بعض القنوات الفضائية العربية رغم ككل السلبيات حققت نجاحاً في بعض برامجها من ناحية ما تقدمه من مضمون وأشكال تتناول مختلف الثقافات والأيدولوجيات

▪ تسعى بعض القنوات الفضائية إلى تلبية احتياجات الثقافة الاجتماعية المعاصرة وتحاول أن تتفاعل بشكل نشط مع التكنولوجيا الحديثة ومع مختلف جوانب الوعي الإنساني كالقيم والمعايير الثقافية.

▪ لقد ربطت القنوات الفضائية العربية إلى حد ما المشاهدين العرب إلى بعضهم وأتاحت فرصة معرفة ثقافة كل منهم للآخر، كما أصبح أمام المشاهدين فرص كبيرة لاختيار البرامج التي يرغب بمشاهدتها، وبعض القنوات الفضائية أخذت تنافس القنوات الفضائية الأجنبية.

▪ أسهمت العديد من القنوات الفضائية العربية من خلال البرامج الثقافية والفنية التي تقدمها في تبديد الإحساس بالغربة لدى الجاليات العربية المغتربة داخل وخارج البلدان العربية، مما يساعد على ربط المغترب بوطنه واستمرار التواصل مع همومه الثقافية.

▪ أن ازدياد القنوات الفضائية العربية عديداً أثر على مضمون المادة الثقافية المقدمة، ونلاحظ التقليد والتكرار وإعادة في البرامج الثقافية والمواضيع المطروحة، ناهيك عن الاستعانة ببرامج ثقافية أجنبية مترجمة في بعض القنوات

▪ نتيجة الهم الاقتصادي والحاجات المعيشية التي تشغل بال المتلقين في معظم المجتمعات العربية، تصبح الاهتمامات بالشأن الثقافي ضعيفة الجانب حتى بالنسبة للقائمين على الاتصال الذين يشتركون في ذات الهم، فتوفير لقمة

- العيش أولى من مشاهدة التلفزيون، علماً أن هنالك نسبة من المواطنين لا يملكون ملاحئ للسكن خاصة بهم.
- وجود عناصر في بعض الفضائيات، تشرف على البرامج الثقافية بشكل مباشر أو غير مباشر، وغالباً ما يكون دورها رقابي وهي الغير مؤهلة ثقافياً، وفي أحيان أخرى يتم تعيين بعضهم ضمن القائمين بالاتصال وهم غير مؤهلين مهنيّاً ولا يمتلكون المهارات المناسبة.
- غياب الحريات الحقيقية والذي ينعكس سلباً على معالجة القضايا الثقافية برؤية تتسم بعدم الموضوعية، مما يفقد هذه الفضائيات جمهورها.
- تعاني بعض القنوات الفضائية العربية من وجود البيروقراطية الإدارية وسوء إدارة المؤسسات الإعلامية بشكل عام، ووجود قيود وخطوط حمراء تتعلق بطبيعة أنظمتها السياسية الحاكمة. كما تلعب المحسوبية والأرتياحات الشخصية ومزاج المدراء دوراً في التأثير المباشر وغير المباشر على نوعية البرامج الثقافية.
- التباين والاختلاف فيما بين القنوات الفضائية العربية سواء العامة أو الخاصة، في الاهتمام ب البرامج الثقافية ولعل سبب ذلك يعود إلى سياسة القنوات الفضائية ومصادر التمويل والأهداف والإدارات والكوادر، ومقدار هامش الحرية المتاحة.
- عدم وجود تخطيط مدروس أو خطط بعيدة المدى خطط إستراتيجية لتطوير الواقع الثقافي من خلال البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العربية، بل نجد الارتجالية والتخبط والارتياحات فالتخطيط لا يستند على أسس منهجية عند وضع برامج الدورات التلفزيونية، ولا تحدد طبيعة البرامج وأهدافها وموضوعاتها ومضامينها، بل يعتمد على ما يقدمه العاملون من أفكار.



- يلاحظ تميز القنوات الفضائية الإخبارية العربية الخاصة كالعربية والجزيرة ببرامج ثقافية ذات نوعية جيدة من ناحيتي الشكل والمضمون لكنها قليلة نسبياً.
- ما زالت العديد من القنوات الفضائية العربية، تلغي أو تؤجل بمناسبة وبدون مناسبة بث البرامج الثقافية، وخصوصاً عند حصول أي أحداث سياسية أو أزمات معينة، مما يدل على عدم الفهم الصحيح والعميق لأهمية الثقافة بشكل عام.
- نلاحظ أحياناً انزلاق مقدمي بعض البرامج الثقافية أو ضيوفهم بكثرة استخدام المصطلحات الغربية والأجنبية في الحوار وبدون وجود ضرورة.
- استخدام أشكال للديكور التي لا تتفق أحياناً مع البيئة المناسبة لطبيعة البرنامج وخصوصيته.
- حاولت معظم البرامج الثقافية أن تهتم بالثقافة العربية والقضايا الوطنية المحلية والعالمية خصوصاً في مجال الفنون التشكيلية والسينما والغناء.
- نلاحظ أن معظم البرامج الثقافية هي من إنتاج هذه القنوات الفضائية العربية التي تقدمها، وقليل جداً هو من إنتاج خارجي.
- أن المضمون الذي عالجه هذه البرامج الثقافية تنسجم مع الأهداف العامة التي أقرتها مؤسسات الإعلام العربي المشترك وخصوصاً اتحاد إذاعات الدول العربية مع وجود فوارق في ذلك بين فضائية وأخرى حسب الظروف التي تحيط بالفضائية.
- أن المضمون الذي تناولته هذه البرامج الثقافية كان مهتماً بالموضوعات المعاصرة أكثر من اهتمامه على الأدب التراث والنتاجات الثقافية والفكرية السالفة
- هنالك مشاكل منها تشريعية وإدارية تنظيمية ومالية وكيفية استثمار القوة البشرية، ويمكن تلخيصها في عدم الفهم والإطلاع على القوانين التي تنظم

العمل وتضارب الاختصاصات والصلاحيات وضعف الأماكن المالية وعدم جدية نظام المتابعة والمراقبة والتخطيط، إضافة إلى العلاقات الغير منسجمة بين العاملين.

▪ تعاني بعض البرامج الثقافية اليومية من قلة الكوادر العاملة، فالبرنامج اليومي يحتاج إلى جهد وطاقة مما يستنزف قدرات العاملين فيه، مما يرهقهم ويبعدهم عن الإبداع والتطوير.

▪ أن منطقة المغرب العربي عموماً تكتنز موروثاً ثقافياً هاماً لم يتم تناوله وتفعيله بشكل كافٍ ولم يتم استثمار القدرات والطاقات الكبيرة الموجودة هناك من خلال القنوات الفضائية العربية التي تحتاج إلى تخصيص إمكانيات مادية ومشاركة فعلية من المبدعين الحقيقيين المغاربة كما علينا أن نعلم أن الثقافة السائدة في بلدان المغرب العربي معظمها تقدم باللغة الفرنسية المتداولة وكذلك باللهجات المحلية لشمال أفريقيا، ويشعر العديد من المواطنين هناك أن البرامج الثقافية في الفضائيات العربية لم تحقق حالة التواصل المطلوبة مع ثقافتهم كما هي الحال مع ثقافة الخليج العربي أو المشرق العربي فالموسيقى المغاربية مثلاً مازالت غير متداولة بالشكل الكافي في العالم العربي وأن الفضائيات تركز على أنواع مختلفة ذات صفة محلية دون الانفتاح على موسيقى المغرب العربي كما أن الضانين أيضاً يشعرون أنهم في حاجة إلى فضاء إقليمي لتفجير مواهبهم التي يكتنزها التراث المغاربي الأصيل.

▪ يوجد في المغرب العربي العديد من الأنماط الثقافية الطولكلورية منها الأغاني والموسيقى العبيزة التي مازالت لم تنتشر ولم يتعرف عليها الجمهور العربي مثل القناوي المغربية ، والمألوف التونسي بينما حققت موسيقى ال راي الجزائرية انتشاراً واسعاً، ولا تزال أنشطة المغرب العربي الثقافية الأخرى محدودة للغاية.



### توصيات ومقترحات

- الاهتمام بإطلاق قناة فضائية عربية باللغات الأجنبية الشائعة كـالإنكليزية والفرنسية والألمانية لإشباع احتياجات الأطفال والنشء في دول المهجر ولتعريف الشعوب الأخرى بالثقافة العربية، على أن تكون برامجها ذات مضامين إنسانية تستلهم الجوانب المشرقة والمضيئة والإيجابية في المجتمعات العربية، وأنتاجها بشكل عصري جذاب ومتميز
- إنشاء لجان متخصصة من المبدعين والأكاديميين وخبراء وعلماء نفس للإشراف على إعداد البرامج الثقافية، لتكون فعلاً برامج للتثقيف وتطوير قدرات المتلقين
- اختيار شخصيات مثقفة ومن الرموز الثقافية المعروفة لتقدم أو تعد أو تشرف على إعداد البرامج الثقافية.
- على الحكومات توفير الضمان الاقتصادي للعنصر البشري لكي يستطيع أن يجد الوقت والفرصة لتطوير قدراته ووعيه وثقافته ليكون عنصراً فعالاً مساهماً في عملية البناء والتنمية في البلد، كما يجب الاهتمام الجدي بالوضع الاقتصادي للقائمين بالاتصال.
- تخصيص ميزانية مناسبة لـ برامج الثقافية من أجل سد النواقص والاحتياجات وتوفير المجالات المطلوبة لها
- الاهتمام بتطعيم البرامج الترفيهية بالمادة الثقافية في قوالب فنية متنوعة وجذابة لكي تحوز على اهتمام المشاهدين
- أن منطقة المغرب العربي عموماً تكتنز موروثاً ثقافياً هاماً لم يتم تناوله وتفعيله بشكل كافٍ مما يتطلب الإفادة منه والعمل على توظيفه واستثمار القدرات والطاقات الكبيرة الموجودة هناك من خلال القنوات الفضائية العربية التي تحتاج إلى تخصيص إمكانات مادية ومشاركة فعلية من المبدعين

الحقيقيين المغاربة، وعلى الفضائيات أن تُعنى بإبراز خصوصيات شعوب المنطقة الثقافية والحضارية.

○ ضرورة أن تعي إدارات القنوات الفضائية العربية العامة والخاصة أهمية البحوث العلمية لتطوير عمل هذه القنوات وتحسين برامجها والإرتقاء بأدائها لما يحقق الطموح للمشاهدين، كما تتيح معرفة ردود فعل الجمهور إزاء ما تقدمه من مواد، وتوفر لها معلومات كبيرة وشبه دقيقة عن سلبياتها وإيجابياتها وتقييم أداء القائمين بالاتصال وكذلك مضامين برامجهم

○ الاهتمام الجدي والمبرمج بتقييم البرامج الثقافية وتعد الدراسات الميدانية لذلك، وكذلك الاهتمام بالتخطيط لإعدادها ضمن ضوابط دقيقة مدروسة تراعي تنوع لمضامين وتجانس المواضيع المطروحة

○ تشجيع الابتكار والأفكار الجديدة واحتضان المواهب وتطويرها من خلال التدريب المستمر والدورات التأهيلية

○ العمل على تأسيس فضائية عربية ثقافية متخصصة، مستقلة وبمصادر تمويل من جهات عربية ذات نوازع ثقافية تؤكد على الخطاب الثقافي الغير خاضع للتأبوات السياسية والدينية والاجتماعية المختلفة ويكادر تخصصي سواء الإداري أو الإعدادي أو الفني

○ الإكثار من البرامج الثقافية التي تجمع وتقرب بين الأديان والجنسيات والأعراق المختلفة لخلق روابط ثقافية وجسور مشتركة وتنمي الروح الوطنية وأن تكون هذه البرامج ذات طابع وتوجه للعالم كله

○ مد الجسور مع المنظمات والهيئات والمؤسسات الثقافية المختلفة ومع المبدعين بمختلف اختصاصاتهم الثقافية ومتابعة النتاج الثقافي المتنوع مع استضافة المثقفين والمبدعين



- تبني قيم الدفاع عن الإنسان وحقوقه، والتصدي لردة المريعة في الوعي الثقافي العربي، خصوصاً انتشار قيم الدمار والخراب، النفسي والروحي، وتمجيد القتل والإرهاب، تحت مختلف التسميات ونشر ثقافة التسامح والمحبة.
- إيجاد قناة خاصة بالمرأة في الشرق الأوسط، تتبنى التثقيف بكل الأمور الاجتماعية كحرية المرأة وحقوق الأطفال ولشرح القوانين الخاصة بحقوق الإنسان والحريات الشخصية والمساواة
- الاهتمام بما يهم الإنسان العربي والمهاجرين من قضايا ثقافية، وتناول قضايا أكثر ديناميكية ومواضيع تساعد في تقليل الشعور بالانحطاط
- إنتاج برامج ثقافية عربية مشتركة وغنائها بتبادل الخبرات والمعارف وزيادة التنسيق بين القنوات الفضائية العربية، والاهتمام بمواضيع التراث العربي
- التوجه الجاد لتقديم برامج ثقافية مفتوحة على الثقافة العالمية ومتابعة ما يدور على الصعيد العالمي من أمور ثقافية
- اختيار مقدمين لبرامج الثقافية يمتازون بالأسلوب المشوق الغير الممل ويفضل أن يكون متخصصاً في المجال الثقافي ومنقفاً وحسن المظهر
- تفعيل مشاركة المتلفين في البرنامج وتحسين المستوى الفني للتواصل مع الجمهور
- زيادة البرامج التي تعني بالأدب ونتاجات الأدباء والأعمال الأدبية وبشكل معاصر لجذب المتلقي والمتذوق
- على البرامج الثقافية أن تفصل بين السياسة والثقافة
- أن تحاول الجمع بين الخصوصيات الإنسانية المشتركة والمختلفة بين الحضارات والأمم
- المرونة وتقليل المحضورات الرقابية على البرامج الثقافية مما يتيح حرية تعبير أكبر

- أن تكون البرامج الثقافية أكثر تعبيراً عن الواقع، وتتناول ثقافتنا سلبياتها وإيجابياتها، وأن تحاول الربط بين الأجيال الثقافية والأزمة المختلفة وتطورها
- استضافة الأعلام الثقافية الواعية الهادفة إلى احترام الرأي الآخر وتمتع بالروح الديمقراطية الهادفة إلى بناء الإنسان الواعي لنكون بمستوى الدول التي سبقتنا في مجال التقدم واحترام حقوق الإنسان
- استقلال البرامج عن أفكار حكوماتها، وإيجاد الكادر الفني والإداري المناسب لتلك البرامج



## المراجع والمصادر

المصادر وتشمل

أولاً، المصادر العربية

ثانياً، المصادر الأجنبية والمترجمة

ثالثاً، المصادر البحثية

رابعاً، الدوريات والمجلات

خامساً، المصادر الإلكترونية

سادساً، المقابلات

## أولاً: المصادر العربية

- أسعد، يوسف ميخائيل، الثقافة ومستقبل الشباب، الهيئة المصرية العامة للكتاب-القاهرة- 1984م
- الأصغر، محمد علي، مظاهر الغزو الثقافي الأوربي المعاصر للوطن العربي، مجلة البحوث الإعلامية، طرابلس، 1992.
- الحاج، الدكتور كمال بديع البرامج التعليمية والثقافية الجزء ( 1 - 2 ) والدكتورة بارعة شقير، منشورات جامعة دمشق مركز التعليم المفتوح قسم الإعلام، 2005- 2006.
- جاد، سهير، البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، الهيئة المصرية العامة للكتاب-القاهرة- ، 1987م
- جاد، سهير سامية أحمد علي، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1999م
- الجابري، محمد عابد، العولمة والهوية الثقافية، مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد 2.

- خضور، الدكتور أديب، الإعلام المتخصص، المكتبة الإعلامية، دمشق، 2003م، ط1، ص63.
- خضور، أديب، استاذ الصحافة في جامعة دمشق، دراسات تلفزيونية، المكتبة الإعلامية 14، ط1، دمشق 1998.
- رشتي جيهان، النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1977م
- الرمحين، د عطا الله مناهج البحث الإعلامي وطرق الإبداع الصحفي، تأليفه وإعداده مع. د نزار ميهوب، د نهاد محمود، د عبد الله قيسية، منشورات جامعة دمشق كلية الآداب قسم الإعلام ، مركز التعليم المفتوح، مطبعة جامعة دمشق، ط1.
- الساعاتي، سامية حسن، الثقافة والشخصية، بحث في علم الاجتماع الثقافي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1988م
- الساعاتي، سامية حسن، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الإعلام، الثقافة والإعلام، ديناميات التأثير والتأثر، القاهرة المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية للفترة 28- 31 ديسمبر 1983م
- السيوطي، جلال الدين عبد الرحمن أبي بكر، التعبير في علم التفسير، دار الكتب العلمية بيروت (ط1 1408 هـ).
- شرف، عبد العزيز، عباس العقاد، بين الصحافة والأدب، القاهرة، مكتبة الأنجلو 1980م
- شرف، الدكتور عبد العزيز، في مقدمة كتاب البرامج الثقافية في الإعلام للدكتورة سهير جاد
- شكري، د عبد المجيد، تكنولوجيا الاتصال
- شلبي، كرم، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، جدة، دار الشروق، 1987م



- الصاوي، عبد المنعم "عن الثقافة"، دار القلم، القاهرة، 1966م
- عارف، نصر محمد ، الحضارة المدنية، دراسة لسيرة المصطلح ودلالة المفهوم، واشنطن، المعهد العالي للفكر الإسلامي، 1995م
- عبد الغني، د أمين سعيد ، الثقافة العربية الفضائيات، رؤية إعلامية من منظور منهجية التحليل الثقافي، ط1.
- العبد، عاطف، الرأي العام وطرق قياسه، الأسس النظرية، الجوانب المنهجية، النماذج التطبيقية والتدريبات العملية، القاهرة، دار الفكر العربي، 2000م
- العبيدي، باسم محمد ولي، ومحمد جاسم ، علم النفس الاجتماعي 2004م، دار الثقافة، عمان الأردن
- عرسان، علي عقلة ، مشكلات في الثقافة العربية، منشورات اتحاد الكتاب العرب، 1989م، ط1، مطبعة اتحاد الكتاب العرب دمشق
- عطا الله، محمود سامي، السينما وفنون التلفزيون، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 1977م
- الغدامي، الدكتور عبد الله، الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة وبروز الشعبي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء المغرب، ط2 2005م
- الكيلاني، أ دكتور سعيد ، إنتاج المواد الإعلامية
- لببيب، أسعد التخطيط الإذاعي على المدى البعيد، محاضرات في كلية الإعلام جامعة القاهرة 1979م
- المحنة، د فلاح كاظم، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، بغداد، جامعة بغداد بيت الحكمة، ط 1، 1988م
- محمود، د منال طلعت، مدرس بالمعهد العالي للخدمة الاجتماعية، جامعة الإسكندرية مصر، مدخل إلى علم الاتصال، 2002م

- مدن، حسن ، الثقافة الاستهلاكية في مجتمعات الخليج، كتاب الثقافة والاستهلاك - ندوة-، الشارقة، دائرة الثقافة والإعلام، 1994م
- يونس، الدكتور عبد الحميد، مجلة عالم الفكر، اللغة الفنية، الكويت 1971م.
- عبد العالي بوطيب آليات الخطاب الإشهاري ، مجلة علامات ، ج 49 ، مج 13 ، 2003 ، ص 320
- وهبة نادر السيمياء الاجتماعية وتحليل المناهج سيمياء الصورة نموذجاً مجلة رؤى تربوية رام الله مركز القطان للبحث والتطوير التربوي ، 2006 ، ص 24، 25 .
- محمد حسام الدين إسماعيل الصورة والجسد ، دراسات نقدية في الإعلام المعاصر ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، ط 1 ، كانون ثاني 2008 ، ص 43
- رولان بارت مبادئ في علم الأدلة، ترجمة محمد البكري، عيون المقالات، الدار البيضاء، المغرب، الطبعة الأولى سنة 1986م
- عبد العالي بوطيب آليات الخطاب الإشهاري ، مجلة علامات ، ص 321
- نصير أبو علي الصورة كنوع صحفي وعلاقتها بالآزمات ، مؤتمر الإعلام و الآزمات ، الشارقة ( ج - ع - م )
- فيصل لحمر معجم السيميائيات ، منشورات اختلاف ، ط 1 ، 2010 ، ص 120 .
- محمد حسام الدين إسماعيل الصورة والجسد ، ص 43 .
- محمد حسام الدين إسماعيل الصورة والجسد ، ص 43 .
- أندريه لالاند موسوعة لالاند الفلسفية ، تعريب خليل أحمد خليل ، منشورات عويدات ، بيروت - باريس ط 2 ، 2001 ، ص 213



- عماد الزغلول نظريات التعلم ، دار الشروق ، عمان - الأردن ، 2003 ، 122
- مارتن هايدجر الفلسفة في مواجهة العلم والتقنية ، تر فاطمة الجيوش ، دمشق ، 1998 ، ص 34 .
- نصير بوعلبي الصورة كنوع صحفي وعلاقتها بالآزمات .
- محمد حسام الدين إسماعيل الصورة والجسد ، ص 82 .
- عبد القادر الشاوي الكتابة والوجود ( السيرة الذاتية في المغرب ) ، ص 88
- أندريه لالاند موسوعة لالاند الفلسفية ، ص 169
- روزنتال/يودين وآخرون الموسوعة الفلسفية، ترجمة سمير كرم، مراجعة صادق جلال العظم وجورج الطربيشي، دار الطليعة للطباعة والنشر، ط3(1981)، ص270.
- مختار ملاس دلالة الأشياء في الشعر الجزائري المعاصر ( رسالة دكتوراه مخطوط ) ، جامعة الأمير عبد القادر الإسلامية
- حنان شعبان تطور دراسات جهود وسائل الإعلام من دراسات التأثير إلى دراسة التلقي .
- روزنتال/يودين وآخرون الموسوعة الفلسفية، ص138 .
- محمد حسن الأستاذ سيميائية الصورة ( إستراتيجية مقترحة في تنمية تجليات إبداعية وفضاءات دلالية ) مؤتمر جامعة فيلادلفيا الثاني عشر 2007 ( ثقافة الصورة )
- حليم جرداق هل الجمال في الطبيعة أم في الفن، مجلة مواقف، ع 25/24، سنة 1972/1973، ص158
- شاكِر عبد الحميد التفضيل الجمالي-دراسة في سيكولوجية التدوّق الفني، سلسلة عالم المعرفة، العدد 267، مارس 2001، ذو الحجة 1421، مطابع الوطن - الكويت، ص49.

- عبد الحلیم مسعود السید الإبداع، دار المعارف ( د ، ت ) ، ص 12
- عبد الحلیم مسعود السید الإبداع، ص 07
- أحمد عكاشة أفاق في الإبداع الفني، دار الشروق، ط 1، 2001، ص 43

#### مصادر عامة

- أفلاطون - فلسفته وأراءه في المدينة الفاضلة مطبعة بيروت 1970م لبنان
- أمثال صينية، جمع مكتبة المتنبي، 1975م العراق
- المنظمة العربية للتربية والثقافة وال علوم، الخطة الشاملة للثقافة العربية، تونس، 1996م
- حصار الثقافة بين القنوات الفضائية و الدعوة الأصولية، بيروت، المركز الثقافي العربي، 1998م.
- أرنست فيشر، ترجمة أسعد حلیم ( 2002 )، ط 1 هلا للنشر والتوزيع 6 ش الدكتور حجازي - الصحفيين - الجيزة، مصر
- الثقفي، عبد الله دخیل الله، ( 1427 هـ )، اتجاهات النقد الفني عند أسعد عرابي، و عز الدين نحیب، و طلال معلا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، مكة المكرمة
- الرصیص، محمد ( 1416 هـ ) النقد الفني في نظرية الفن بوصفه مادة دراسية في التربية الفنية، جامعة الملك سعود، الرياض
- الزغلول، عماد الهنداوي ( 2002 م ) مدخل إلى علم النفس، دار الكتاب الجامعي، الإمارات
- السید علي أحمد و فائقة بدر، الإدراك الحسي البصري و السمع ط 1 مكتبة النهضة المصرية، 9 ش عدلي القاهرة



- توفيق، سعيد، ( 2002 )، الخبرة الجمالية، دراسة في فلسفة الجمال الظاهرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، شارع سيف الدين المهراني، الفجالة، القاهرة
- حداد، زياد سالم ( 1988 م ) النقد الفني الأردني المعاصر، تحليل منهجي للممارسات النقدية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة ولاية أواهيو، الولايات المتحدة
- سليم، أحمد فؤاد حدس المرثي و اللامرثي في الصورة البصرية، ( 2006 م )، مهرجان الدوحة الثقافي الرابع، الدوحة، قطر
- شاكر عبد الحميد، ( 2005 )، التفضيل الجمالي، دراسة في سيكولوجية التذوق الفني، سلسلة كتب ثقافية، عالم المعرفة، الكويت
- عبد الكريم، زينب ( 2003 م )، علم النفس التربوي ط 1، دار أسامة للنشر - عمان، الأردن
- عطية، محسن، ( 2006 م )، لغة الأشياء البيئية و الوسائط المتعددة، تحولات النص البصري، ندوة ملتقى الفنون - الثاني، مهرجان الدوحة الثقافي الرابع، الدوحة، قطر .
- هراج، عفاف أحمد، ( 1999 م ) سيكولوجية التذوق الفني مكتبة الانجلو المصرية، 165 شارع محمد فريد، القاهرة

#### ثانياً المصادر الأجنبية والمترجمة

- أنطوني، كينج، الثقافة والعولة والنظام العالمي، ترجمة شهرت العالم وهالة فؤاد ومحمد يحيى ومراجعة محمد يحيى، المجلس الأعلى للثقافة في مصر ضمن المشروع القومي للترجمة، ط 1، 2001م
- . د أ بورتيسيكي. أ يوروفسكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة أبتسام علوان، بغداد، وزارة الثقافة والفنون، 1978 .

- روجيه شاريتيه - ترجمة د. سلوى لطفي - مراجعة د. أمينة رشيد الكتاب بين الماضي والمستقبل
- رولان، بارت، الصورة التأثير الإعلامي ، ترجمة د. عبد الجبار الغضبان، مطبعة الثورة - اليمن 2001م
- لويس، دوللو، الثقافة الفردية والثقافة الجماهيرية، ترجمة خير الدين عبد الصمد، دمشق 1993م
- مارك، أوجي - ثقافة وانتقال ترجمة د. هويدا إسماعيل - مراجعة د. أمينة رشيد الكتاب بين الماضي والمستقبل
- مارشال، ماككلوهان، كيف نفهم وسائل الإتصال، ترجمة الدكتور خليل صابات، الدكتور محمد محمود الجوهري، الدكتور السيد محمد الحسيني، سعد لبيب، مراجعة وتدقيق الدكتور خليل صابات، دار النهضة العربية، القاهرة، 1975، ط 1 ، نشر هذا الكتاب بالأشتراك مع مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر، القاهرة نيويورك
- المجلس الأعلى للثقافة، ما للثقافة؟ ط 1 القاهرة إصدار الهيئة المصرية العامة لدار الكتب والوثائق القومية إدارة الشؤون الفنية - القاهرة-
- Phillip Lee. Communication For All, New York, Orbis Books, n.d.
- PAUL FRAISE et JEAN PIAGET : traite de psychologie expérimentale VI la r ception , PUF , 5 , 2e ed 1967 P 133
- Barthes R. (1987) Image Music Text London: Fontana
- C. Metz :au-delà de l'analyse de l'image , p 4
- Ren La Borderie \* ducation\* ed.casterman,paris1972
- \_l\_,les images dans la soci t
- - Werner Burzlaff ,la lettre et l image ,les relations signe/texte/image,ed.c sura iconiques chez peirce ,in Lyon,1990,p.127



- J.Baudrillard , La Soci t de Consommation ,Deno l - ,Paris,1970.p.314.
- M .joly : introduction a l'analyse de l'image , éd universit nathan , 1993 , p 112
- C. Metz :au-delà de l'analyse de l'image , in communication N°15 1970 , p 06
- Athery of art , New .l- Langer , S.K Feeling and form 1953 , p. 397 . York : Charles Scriner's Sons
- 2-Laszlo , Ervin ( 1998 ) The System Softhe , New World , New York , George Brazilian .

### ثالثاً المصادر البحثية

- إبراهيم، دكتور فؤاد، ثقافة الصورة، التحدي والاستجابة، وعي الصورة صورة الوعي، بحث مقدم إلى جامعة فيلادلفيا، الأردن عمان، 2007م
- جاد، د سهير سيد أحمد رسالة الدكتوراه بعنوان البرامج الثقافية في التلفزيون دراسة في تحليل المضمون - تلفزيون جمهورية مصر العربية جامعة القاهرة -كلية الإعلام - أشراف د سمير محمد حسين، عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة . د سلوى أمام ، المدرس بقسم الإذاعة بكلية الإعلام سبتمبر 1984م
- طه، أميرة سمير ، دور المسلسلات العربية التلفزيونية في إدراك الشباب المصري للمشكلات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2001م
- لبیب، الأستاذ سعد ، التخطيط التلفزيوني في دولة الخليج، الرياض، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيون الخليج، 1985.
- نجم، السيد، بحث بعنوان، "الأدب في عصر الصورة الالكترونية"، الصورة وواقع الأدب الافتراضي، مقدم إلى جامعة فيلادلفيا، الأردن عمان، 2007م

- ولي، الدكتور محمد جاسم، الصورة وتأثيراتها النفسية، والتربوية، والاجتماعية، والسياسية، جامعة بغداد — مركز البحوث التربوية والنفسية، بحث مقدم لجامعة فيلادلفيا الأردن - عمان

#### رابعاً الدوريات والمجلات

- جريدة الاتحاد، أبو ظبي، العدد 9002، السنة 31، الأحد 27 فبراير 2000م
- مجلة الإذاعات العربية، العدد 2، 1997م
- مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد 2، 1991م
- مجلة الفن الإذاعي، إمام، د إبراهيم، الاتجاهات الترفيهية للبرامج الإذاعية والتلفزيونية، العدد 85، السنة 23، سبتمبر 1979م
- مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد 267، أيار 2001م
- مجلة النيل، العدد 35، يناير 1989م

#### خامساً المصادر الإلكترونية

- عواد محمد شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني موقع تأملات أكتوبر 2010 متاح.(On Line)
- [http://www.taamolat.com/2010/10/blog-post\\_7300.html](http://www.taamolat.com/2010/10/blog-post_7300.html)
- 34 موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة خدمة الشبكة الاجتماعية آخر تعديل لهذه الصفحة في 20 أغسطس 2011 (مصدر سابق) متاح.(On Line)
- <http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A9%D8%A9>
- خليفة هبة محمد مواقع الشبكات الاجتماعية، ما هي؟ منتديات اليسار للمكتبات وتقنية المعلومات 2009 Jan 19 متاح (On Line)
- <http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775>



- موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة موقع ويب آخر تعديل لهذه الصفحة في 29 نوفمبر 2011 متاح (On Line)
- موقع كنان أون لاين ما هو الموقع الإلكتروني (المصدر داتا تكنولوجيا) في 22 ديسمبر 2009 متاح34 <http://kenanaonline.com> (On Line)
- منهل الثقافة الإلكترونية أنواع مواقع الإنترنت 1430 - 03 - 01 هجرية متاح (On Line)
- موقع إجابات (غوغل) ما هي الشبكات الاجتماعية على شبكة الانترنت (social networking) في 17/12/2009 متاح (On Line)
- <http://ejabat.google.com/ejabat/thread?tid>
- عالم التقنية الشبكات الاجتماعية ومفهوم أكبر في 13 أغسطس 2009 متاح (On Line)
- <http://www.tech-wd.com/wd/2009/08/13/another-concept-for-social-network/>
- خليفة هبة محمد مواقع الشبكات الاجتماعية ما هي؟ قاعدة شوقي سالم المكتبة المركزية جامعة حلوان منتديات اليسير في Jan-19 - 2009 متاح (On Line).
- <http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775>
- موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة معنى وقواعد ومستويات وأهداف الدراسة المقارنة آخر تعديل لهذه الصفحة في 5 سبتمبر 2011 متاح (On Line)
- [http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D8%A9\\_%D9%85%D9%82%D8%A7%D8%B1%D9%86%D8%A9](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D8%A9_%D9%85%D9%82%D8%A7%D8%B1%D9%86%D8%A9)
- موقع الأغواط نت منهج المقارنة في 11 - 30 - 2008 متاح (On Line).
- <http://www.laghout.net/vb/showthread.php?t=15843>

- الهادي زغبنة طريقة المقارنة في البحث العلمي من الألف إلى الياء في الأحد يناير 30، 2011 متاح. (On Line)  
<http://zeghina.3oloum.org/t2476-topic>
- موقع بروز الجمهور المتلقي في 31 Mar 2009 متاح. (On Line)  
[http://www.proz.com/kudoz/english\\_to\\_arabic/advertising\\_public\\_relations/3170806-audience.html#7152004](http://www.proz.com/kudoz/english_to_arabic/advertising_public_relations/3170806-audience.html#7152004)
- أوغلو صالح جاويش دور الجمهور في عالم الإمبريالية الثقافية الحوار المتمدن العدد 2176 في 30 / 1 / 2008 متاح. (On Line)  
<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=123309>
- منتديات ستار تايمز أهم النظريات الإشهارية وعلاقة هذا الأخير بالاقتصاد في 17/06/2008 متاح. (On Line)  
<http://www.startimes.com/f.aspx?t=10350970>
- موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة قناة العربية آخر تعديل لهذه الصفحة في 29 نوفمبر 2011 متاح. (On Line)  
[http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%82%D9%86%D8%A7%D8%A9\\_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%82%D9%86%D8%A7%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9)
- موقع شوفنك موقع قناة العربية الفضائية في 22 ديسمبر 2007 متاح. (On Line).  
<http://ar.shvoong.com/internet-and-technologies/websites/1728805-%D9%85%D9%88%D9%82%D8%B9->
- موقع العربية حول العربية. نت (لات) متاح. (On Line)  
<http://www.alarabiya.net/index/static/about>
- <http://www.albaghdadia.com/main.htm>
- <http://www.ertu.org/esc/ESC.asp>
- <http://www.dubaitv.ae/default.asp>
- <http://www.star28.com/site/site-10.html>
- <http://www.philadelphia.edu.jo/artsconf/papers/28.doc>
- <http://forum.biskra7.com/b128/t7584>



